



MANUAL DE REFERENCIA INMEDIATA INTERACTIVO (MRII)

Este manual esta realizado con la finalidad de que cada Franquicia cuente con la información necesaria para atender con eficiencia a sus clientes.

Este documento es una de las principales fuentes de transmisión del Know How de la marca.

Se solicita a todas las Franquicias den lectura y estudien todos y cada uno de los preceptos escritos o transcritos dentro del presente documento con la finalidad de dar el servicio que la marca requiere para mantener una alta calidad de atención.

Documento que contiene procesos, links, contactos, referencias, estrategias y todo lo necesario para operar adecuadamente tu Franquicia Mujer Viaja.

Este documento es informativo, y mucha de la información contenida no es de la autoría de la marca y se usa con fines exclusivamente de capacitación para sus Franquicias compartiendo información que la marca considera fidedigna y apropiada para dar una mejor atención a los clientes de las Franquicias.

Las marcas que se mencionan son Proveedores de Mujer Viaja y los nombres y datos personales que se integran en el presente documento son con la intención de que las Franquicias tengan una comunicación más efectiva con los mismos para mejorar su capacidad de atención,

Este documento se procurará mantener actualizado, por lo cual es probable que algunos de los procesos descritos sufran modificaciones y es importante para cada Franquicia mantenerse actualizado con las versiones renovadas del presente Manual de Referencia.

Queda estrictamente prohibido reproducir, copar o compartir información de este documento a personas que no formen parte de la organización, Franquicias o personal de trabajo de Mujer Viaja y/o sus Franquicias.

La lectura de este documento no elimina la responsabilidad de cada Franquicia de tomar todas sus capacitaciones, pues en ellas se profundizan y se detallan procesos que este documento no considera.

El Corporativo desea que este material sea de utilidad para cada integrante de Mujer Viaja.

DATOS GENERALES DE MUJER VIAJA:
Información legal y comercial sobre la marca

FISCAL:

NOMBRE COMERC.: **MUJER VIAJA**
RAZÓN SOCIAL: Mujer Viaja S de
RL RFC: MVI180706FL4
TIPO: RESICO
FECHA CREACIÓN: 06 DE JULIO DE 2018
DIRECC. FISCAL: De la Sierra Bonita 13, Fuentes de Satélite CP 52998, Atizapán de
Zaragoza ESTADO: Estado de México

COMERCIAL:

CLASIFICACIÓN: Mediana
Empresa GIRO: Sector Turístico
Agencia de Viajes
NICHOS MERCADO: Las Mujeres y sus Familias 64% de las
reservas PRESENCIA: Nacional e Internacional
SECTUR: 0415013151

EMPRESARIAL:

MISIÓN FRANQS: Ser el instrumento que permita a todas nuestras viajeras vivir experiencias turísticas únicas que trasciendan en sus vidas.
MISIÓN CORPOR: Para nuestras franquicias generar una fuente de ingresos reutilizable en un negocio próspero lleno de aprendizaje y de viajes.
VISIÓN: Ser la agencia de viajes líder de creación de Experiencias Turísticas para las mujeres y sus familias, utilizando tecnología de vanguardia y ofreciendo calidad y calidez en la atención a todos nuestros clientes y asociados.
VALORES: Puntualidad, buen trato, Responsabilidad, Atención, Comprensión,
Disciplina. 5P'S MV: **P**romoción, **P**reparación, **P**aciencia, **P**erseverancia y **P**asión

VIRTUAL:

SITIO WEB: www.mujierviaja.com
LANDING PAGE:
www.mujierviaja.com/ PROVEEDOR: WIX
FAN PAGE FACEB: @mujierviaja

BANCARIA:

CUENTA BANCARIA: BBVA BANCOMER:
NÚMERO DE CTA: 5455 1130 0844 8054
CLABE: 012 180 00117054 874-9

SISTEMAS MUJER VIAJA:

Herramientas que usamos para mejorar nuestra operación.

MUJER VIAJA:	CORREO ELECTRÓNICO:
LINK:	https://mail.mujerviaja.com/
USUARIO:	tu.correo@mujerviaja.com
CONTRASEÑA	
mujerviaja	INSTRUCTIVO:
PROVEEDOR:	LDP: https://clientes.ldp.mx/index.php/login
MUJER VIAJA:	EXCLUSIVO AGENCIAS:
LINK:	https://mail.mujerviaja.com/
USUARIO:	tu.correo@mujerviaja.com
CONTRASEÑA:	
mujerviaja	ENCONTRARÁS:
Capacitaciones:	www.mujerviaja.com/capacitaciones
Material Publicitario:	www.mujerviaja.com/publicidad
Áreas de Soporte:	
	www.mujerviaja.com/areasdesoporte Procesos Operativos:
	www.mujerviaja.com/operacion
Herramientas:	www.mujerviaja.com/herramientas
Logotipos e imágenes:	www.mujerviaja.com/recursos
PAGO MANTENIM:	PAYPAL
ENCONTRARÁS:	Tu enlace para activar tu tarjeta y mantenerte en orden con tu Franquiciante
DIGITAL:	\$1,000.00 (Mil pesos 00/100 MN) https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=_s-xclick&hosted_button_id=3HAMBYV3HTVGG
MATRIZ:	\$1,500.00 (Mil quinientos pesos 00/100 MN) https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=_s-xclick&hosted_button_id=B8JGFAZU2CB8W
SOCIO JUNIOR:	\$500.00 (Quinientos pesos 00/100 MN) https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=_s-xclick&hosted_button_id=FH7UZQ9XN5RVL
CRM:	CORSARIO:
LINK:	https://www.corsario-gr.com/
Agencia:	Mujerviaja
USUARIO:	primera letra del nombre seguida del apellido pegado en
minú	mujerviaja
CONTRASEÑA:	
ENCONTRARÁS:	Es un CRM dónde puedes llevar un buen control de tus ventas y tus clientes
CRM:	JUNTAS VIRTUALES ZOOM:
LINK:	https://zoom.us/signin
USUARIO:	mujerviaja@hotmail.com
CONTRASEÑA:	somosviajeras
USO:	Está disponible para atender clientes y prospectos virtuales PREVIA SOLICITUD
CAPACITACIÓN:	MUJER VIAJA CLASSROOM
LINK:	https://classroom.google.com/w/MTM4ODAyNzQ3MjIz/t/all
USUARIO:	tu_correo@mujerviaja.com
CONTRASEÑA	mujerviaja
ENCONTRARÁS:	Capacitaciones, Material Publicitario, Procesos, Herramientas y mucho
más. PROVEEDOR:	GOOGLE

FORMATOS Y PROCESOS:

Herramientas que usamos durante nuestros procesos para atender mejor a nuestros clientes. Es **NECESARIO** que proporciones tu correo para que se suba al formato y te llegue la información

SOLICITUDES:

Formatos o información que pedimos a nuestros clientes para poderles cotizar: **PROVEEDOR: 123formatFactory**

FORMATO:: **SOLICITUD DE COTIZACIÓN**
OBJETIVO: Que el cliente nos proporcione la información básica para cotizar su viaje
LINK: www.mujerviaja.com/cotiza

FORMATO:: **SOLICITUD DE AÉREO**
OBJETIVO: Formato que solicita la información necesaria para cotizar vuelos.
LINK: www.mujerviaja.com/aereo

FORMATO:: **SOLICITUD DE HOTEL**
OBJETIVO: Formato que solicita la información necesaria para cotizar hoteles.
LINK: www.mujerviaja.com/hotel

FORMATO:: **SOLICITUD DE CRUCERO**
OBJETIVO: Formato que solicita la información necesaria para cotizar cruceros.
LINK: www.mujerviaja.com/crucero

FORMATO:: **SOLICITUD DE PAQUETE**
OBJETIVO: Formato que solicita la información necesaria para cotizar paquetes.
LINK: www.mujerviaja.com/paquete

COTIZACIÓN:

Muchas de las Plataformas que usamos cuentan con herramientas de envío de cotización, pero puedes usar también estos formatos autorizados.

Este formato debe ser completado únicamente con los servicios turísticos contratados.

FORMATO:: **ENVÍO DE COTIZACIÓN**
OBJETIVO: Formato que usamos para enviar cualquier tipo de cotización.
LINK: www.mujerviaja.com/cotizacion
LINK2: www.mujerviaja.com/formatos

RESERVACIÓN:

Este formato se usa para cuidar a las Franquicias de posibles fraudes por clonación de Tarjetas.

FORMATO:: **SOLICITUD DE PAGO**
OBJETIVO: Formato para protección de fraudes, se usa cuando quien viaja no es quien paga.
LINK: www.mujerviaja.com/solicituddepago

POSTVENTA:

Es recomendable que nos mantengamos enterados de como podemos ir mejorando nuestro servicio.

FORMATO:: **EVALUACIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO**
OBJETIVO: Formato que debemos entregar postventa para evaluar nuestro servicio.
LINK:

COBRO DE COMISIÓN:

Este formato dá inicio al Cobro de comisiones por el Departamento encargado, cada Proveedor maneja diferentes procesos y tiempos de pago, es importante que te mantengas al tanto. Es indispensable el Localizador

FORMATO:: **SOLICITUD DE COMISIÓN**
OBJETIVO: Formato que utilizamos para solicitar la comisión de nuestras ventas.
LINK: www.mujerviaja.com/comisio

FRANQUICIAS: Existen dos Tipos de Franquicias

LINK: www.mujerviaja.com/franquicias

TIPO:: **MATRIZ**

CARACTERÍSTICA: Franquicia que puede y requiere contar con establecimiento Público
Brindan soporte administrativo, operativo y comercial a sus Franquicias Digitales

GANANCIAS: 85% sobre sus ventas
15% sobre las ventas de sus Franquicias
Digitales 30% sobre las ventas de sus Soci@s Jr
15% sobre las ventas de los Soci@s Jr de sus Digitales

TIPO:: **DIGITAL**

CARACTERÍSTICA: Franquicia que puede y requiere atender en forma virtual
Pueden atender a sus clientes en los establecimientos de su Matriz

GANANCIAS: 70% sobre sus ventas
15% sobre las ventas de sus Soci@s Jr

FORMATO:: **SOLICITUD DE FRANQUICIA**

OBJETIVO: Formato que se utiliza cuándo una Franquicia se
integra LINK: www.mujerviaja.com/solicituddefranquicia

VENTA:: **VENTA DE FRANQUICIAS**

OBJETIVO: Que Franquicias puedan vender más Franquicias para tener más
ingresos LINK: www.mujerviaja.com/integracion-franquicias

SOCI@S JUNIOR:

Integración básica al Negocio para personas que no cuentan con el recurso o tiempo suficiente para adquirir una Franquicia

LINK: www.mujerviaja.com/sociosjr

TIPO:: **SOCI@ JUNIOR**

CARACTERÍSTICA: Socios de una Franquicia que pueden vender algunos productos y servicios
turísticos GANANCIAS: 55% sobre sus ventas

PROGRAMAS DE LEALTAD:

Programas que buscan ser la primera opción de l@s viaj@s

LINK: www.mujerviaja.com/pasaporteeelite

TIPO:: **PASAPORTE ELITÉ**

OBJETIVO: Que los afiliados siempre busquen cotizar sus viajes con nuestras

Franquicias COSTO: \$500.00 Anuales

BENEFICIOS: Descuentos en Distintos Servicios Turísticos
Beneficios en reservaciones, hospedajes, accesos, etc.
Obsequios variables.
Planes de Pagos Diferidos

LINK: www.mujerviaja.com/pasaporteeelite

LINK integración: www.mujerviaja.com/solicituddeempresa

TIPO:: **EMPRESARIAS CON ALAS**

CRÉDITO: Manejamos un Fondo Revolvente que la misma empresa

aporta. BENEFICIOS: Atención tipo Impant

Estados de cuenta
Pasaporte Elité para todos los empleados,

PROVEEDORES:

Los servicios turísticos que las Franquicias ofrecen se obtienen de los siguientes proveedores

OPERADORA MAYORISTA MUJER VIAJA:

Creadora de Experiencias Grupales y ventas individuales para diferentes etapas de Mujeres.

OBJETIVO:: Crear al menos 10 productos de venta mensual para diferentes etapas de las Mujeres como: Quinceañeras, Jubiladas, Despedidas de Solteras, Mochileras, Siberias, Shopping, Bodas, Aniversarios Será el principal proveedor de Servicios de clientes de Mujer Viaja, dada la naturaleza con la que está siendo creada. Agencias externas podrán vender nuestros productos pero será a través de nuestras Franquicias

GLOBALIZADORES:

Motores de Búsqueda

www.mujerviaja.com/globalizadors

GLOBALIZADOR: **TRAVELINN**
NOMBRE COMER: PRICE TRAVEL
TELÉFONO: Chatea en WhatsApp con +52 55 3117
5575 EJECUTIVO: Zayra Juárez Castro
CORREO EJEC: zayra.juarez@pricetravel.com
CELULAR EJEC: 5526996863
LINK: <https://res.travelinn.com.mx/inicio>
USUARIO: tu_correo@mujerviaja.com
CONTRASEÑA: Se tramita con el Operador, solicitarlo a tu Matriz o al Corporativo.
ENCONTRARÁS: Es nuestro principal proveedor, encuentras hoteles, aéreos (comisionables), paquetes, circuitos, Atracciones, Rentas de Autos, seguros, Disney, Universal.

GLOBALIZADOR: **EXPEDIA TAAP**
NOMBRE COMERC: EXPEDIA
Crea tu cuenta:
1. Ir a <https://www.expedia.mx/TAAP-Agent?key=774fa6f0-cebd-4830-90d3-0148bd4df514>
2. Crea tu cuenta TAAP de Expedia
3. ¡Empieza a reservar!

TELÉFONO: 55 1500 2992
SOPORTE: <https://www.expedia.mx/service/>
ENCONTRARÁS: Propiedades, Vuelos, Paquetes, Autos, Actividades, Traslados

GLOBALIZADOR: **HOTEL DO**
NOMBRE COMERC: BEST DAY
EJECUTIVO: Rubén Vargas
CELULAR EJEC: 6181174899
LINK: <https://www.hoteldo.com/>
USUARIO: 9011145
CONTRASEÑA: Somosviajeras=1
ENCONTRARÁS: Alojamientos, Actividades, Disney, Universal, Xcaret

GLOBALIZADOR: **COVAMEX**
NOMBRE COMERC: Viñales Tours
TELÉFONO: 55 51350920
EJECUTIVO: Maru Jasso
CELULAR EJEC: 5252424200
LINK: <https://www.vinalestours.com.mx/> LINK SISTEMA: <https://www.viajescovamex.com/> USUARIO: MVIAJA
CONTRASEÑA: Xqsomosviajeras123!
ENCONTRARÁS: Los mejores paquetes Cuba

OPERADORES MAYORISTAS:

Negocian Tarifas aéreas, con hoteles y atracciones, arman itinerarios y crean Circuitos que venden a través de Agencias de Viajes:

www.mujerviaja.com/operadoresmayoristas

OPERADOR M: **MEGATRAVEL**
TELÉFONO: 5552410333
EJECUTIVO: Isabel
Rosales CELULAR EJEC: 5519506089
CORREO EJEC: promo4@megatravel.com.mx
LINK: <https://www.megatravel.com.mx/>
USUARIO: mujerviaja@hotmail.com CONTRASEÑA: Somosviajeras123\$
ENCONTRARÁS: Circuitos Nacionales e Internacionales, podrás enviarlas por PDF MC MC14324

OPERADOR M: **CAFÉ MEGATRAVEL**
LINK: <https://cafe.megatravel.com.mx/>
USUARIO: mujerviaja@hotmail.com CONTRASEÑA: Somosviajeras123\$
ENCONTRARÁS: Reservas Nacionales en Línea, Videos publicitarios, revistas digitales, etc.

OPERADOR M: **EUROMUNDO**
TELÉFONO: 5510871000
EJECUTIVO: Valeria Molotla
Mendoza CELULAR EJEC: 5580715403
CORREO EJEC: valeria.molotla@euromundo.com.mx
LINK: <https://www.euromundoenlineamx.com.mx/?>
USUARIO: johathanmartinez@mujerviaja.com CONTRASEÑA: Somosviajeras123\$
ENCONTRARÁS: Circuitos que podrás reservar en línea con bloqueos y planes de pagos

OPERADOR M; **EUROPAMUNDO**
TELÉFONO; 5510871000
EJECUTIVO: Valeria Molotla
Mendoza CELULAR EJEC: 5580715403
CORREO EJEC: valeria.molotla@euromundo.com.mx
LINK: <https://europamundo.euromundo.com.mx/es>
USUARIO: mujerviaja@hotmail.com
CONTRASEÑA: Mujerviaja@22
ENCONTRARÁS: Circuitos a Europa de excelente calidad, generalmente sin aereo

GLOBALIZADOR: **OFERTUR**
NOMBRE COMER: EUROMUNDO
LIGTH TELÉFONO; 5510871000
EJECUTIVO: Valeria Molotla
Mendoza CELULAR EJEC: 5580715403
CORREO EJEC: valeria.molotla@euromundo.com.mx
LINK: <https://www.ofertaturisticas.com.mx/login/>
USUARIO: tu
correo@mujerviaja.com CONTRASEÑA

Somosviajeras123\$

ENCONTRARAS: Los paquetes más económicos y ofertas de último minuto de Euromundo

OPERADOR: **PE-TRA**
LINK: <https://www.petra.mx/>
TELÉFONO: 5552656000
EJECUTIVO: GIL PAVÓN
CELULAR EJEC: 5579879855
ENCONTRARÁS: Circuitos Nacionales e Internacionales de la MÁS alta Calidad

OPERADOR: **NAVITUR**
LINK: <https://navitur.gruponavitur.com.mx/>
TELÉFONO: 5552656000
EJECUTIVO: ANDRES CORPUS
CORREO EJEC: reservacione@petra.mx
ENCONTRARÁS: Las mejores navieras: Royal Caribbean, Disney Cruise, Princess, etc

OPERADOR: **TOUR MUNDIAL**
LINK: <https://tourmundial.mx/>
TELÉFONO: 55 4147 5795
EJECUTIVO: Edgar
CELULAR EJEC.: 5576107730
ENCONTRARÁS: Son Especialistas en Canadá y tienen muy buenos circuitos a todo el mundo

OPERADOR: **OPERADORA 365**
LINK: <http://operadora365.com.mx/>
TELÉFONO: 5574473578
EJECUTIVO: Leticia
Arana CELULAR EJEC: 5574473578
ENCONTRARÁS: Asesoría en Cruceros

OPERADOR: **HUELLAS MEXICANAS**
LINK: <https://www.huellasmexicanas.com.mx/>
TELÉFONO: 5563071773
EJECUTIVO: Viridiana
Bobadilla CELULAR EJEC: 5576631175
ENCONTRARÁS: Rutas Gastronómicas con atención de Sommeliers en Pueblos Mágicos de México

CONVENIOS DIRECTOS

Tarifas Netas, atención personalizada.

HOTELES:

PROVEEDOR; **AM RESORTS (DREAMS)**
TELÉFONO: 5561226229
EJECUTIVO: Lorena Lotina
LINK: <https://my.amresorts.com>
USUARIO: AMAG-VYB
CONTRASEÑA: MV2018
ENCONTRARÁS: Hoteles en Centro América

PROVEEDOR; **PALACE RESORTS**
TELÉFONO: 800-262-9008
EJECUTIVO: VanessaVargas
TELÉFONO EJEC: 5548405809
LINK: <https://www.hotelespalace.mx/>
ENCONTRARÁS: Hermosos hoteles en México donde se manejan celebraciones especiales como

Bodas y quinceaños

PROVEEDOR; **MISIÓN**
TELÉFONO: 8009003800
EJECUTIVO: AraceliMartínez
CEL EJECUTIVO:5514522446
LINK: www.hotelesmision.com.mx
ENCONTRARÁS: Hoteles en toda la República Mexicana a un gran precio y con tarifa Neta.

PROVEEDOR; **SELINA**
TELÉFONO: 55 3675 1140
EJECUTIVO: PENDIENTE
LINK: <https://www.selina.com/>
ENCONTRARÁS: Puede tu cliente hospedarte por largas estancias, pudiendo compartit habitaciones con otras personas, por lo tanto sus tarifas son muy económicas, y cuentan con espacios de Coworking.

PROVEEDOR; **KARISMA**
TELÉFONO: 800-087-2929
EJECUTIVO: Luis Coba
CELULAR EJEC.: 9983218245
LINK: <https://www.karismahotels.com/>
ENCONTRARÁS: Hoteles como el Nickelodeon para niños, el Hidden Beach para nudistas, el Hotel Palafitos con habitaciones dentro del mar

PROVEEDOR; **MUNDO IMPERIAL**
TELÉFONO: 444351700
EJECUTIVO: GuadalupeJacinto
CELULAR EJEC.: 7445867017
LINK: <https://www.mundoimperial.com/>
ENCONTRARÁS: Maravillosos hoteles familiares en Acapulco

PROVEEDOR; **MELÍA**
TELÉFONO:
EJECUTIVO:
CELULAR EJEC.:
LINK: <https://www.melia.com/meliá>
ENCONTRARÁS: Hoteles de gran calidad en playas mexicanas.

PROVEEDOR; **HILTON**
TELÉFONO: 57 601 4434400
EJECUTIVO: GabrielaRosas
CELULAR EJEC.: 55991999139
LINK: <https://www.hilton.com/>
ENCONTRARÁS: Prestigiada cadena de Hoteles en todo el mundo.

PROVEEDOR; **KRYSTAL**
TELÉFONO: 800 083 58 23
EJECUTIVO: GuillermoNegrete
CELULAR EJEC.: 5548116555
LINK: <https://www.krystal-hotels.com.mx>
ENCONTRARÁS: Hoteles en México con modernas instalaciones.

PROVEEDOR; **BRISAS**
TELÉFONO: 800-087-2929
EJECUTIVO: Bolivar
CELULAR EJEC.:
7445867017
LINK: <https://www.lasbrisashotels.com.mx/>
ENCONTRARÁS: Casas con alberca privada en Acapulco, o habitaciones de hotel.

ATRACCIONES:

PROVEEDOR: **SIX FLAGS**
TELÉFONO: 55 5339 3600
EJECUTIVO: JoselynGarcía
CELULAR EJEC: 5522465972
LINK: <https://www.sixflags.com.mx>

PROVEEDOR: **XCARET:**
LINK: <https://www.aolxcaret.com/>
USUARIO:
tu.correo@mujerviaja.com CONTRASEÑA:
Xqsomosviajeras123!
ENCONTRARÁS Importantes descuentos en los parques de Grupo Xcaret

RENTAS DE AUTOS:

PROVEEDOR: HERTZ:
LINK: <https://www.hertzmexico.com/promocion/tiempodeviajar/>
USUARIO:
CONTRASEÑA:
TELÉFONO: 01-800-709-5000
EJECUTIVO: Daniela
Solano CELULAR EJEC:5581359094

PROVEEDOR: RENTA
AUTOS LINK:
USUARIO:
CONTRASEÑA:
TELÉFONO: 5548229055
EJECUTIVO: Chuy
CELULAR EJEC:
5581359094

SEGUROS DE VIAJES:

PROVEEDOR: ASSIST CARD
LINK: <https://www.assistcard.com>
USUARIO:
CONTRASEÑA:
TELÉFONO: 8007193103
EJECUTIVO: Ana Lilia
García CELULAR EJEC:
5524133073
ENCONTRAR-AS: La empresa líder en seguros para viajeros.

PROVEEDOR: MÁS SERVICIOS
LINK: <https://masservicios.com.mx>
USUARIO:
CONTRASEÑA
:
TELÉFONO: 8005706769
EJECUTIVO: JanetSánchez
CELULAR EJEC: 5510048869

PERSONAL DE APOYO:

CEO:: **LAF. Alejandro Mirabal Cornejo**
FUNCIÓN: CEO y Socio Fundador Lograr que la Misión y Visión de Mujer Viaja se mantengan vigentes y aplicadas.
CELULAR: 5575050770
CORREO: alejandro.mirabal@mujerviaja.com

CEO:: **Dra. Adriana Arguelles Tello**
FUNCIÓN: Socia Fundadora, vigila las sanas relaciones entre los integrantes de Mujer Viaja
CORREO: adriana.arguelles@mujerviaja.com

CEO:: **María Lilia Bermejo Hinojosa**
FUNCIÓN: Directora de Operadora: Productos de la Operadora y Pasaporte
Elité CELULAR: 5548840670
CORREO: alejandro.mirabal@mujerviaja.com

CEO:: **Lic. Indhira Karina Sánchez Sepúlveda**
FUNCIÓN: Directora Comercial. Asesoría en la venta de Franquicias y atención a empresas
CELULAR: 5512709620
CORREO: indhira.sanchez@mujerviaja.com

CEO:: **C.P. Jessica Georgina Zamora Echeverría**
FUNCIÓN: Administración, Cobro de comisiones y pagos de mantenimientos
CELULAR: 5526966089
CORREO: jessica.zamora@mujerviaja.com

CEO:: **Lic. Maryam Carolina Nakasima Flores**
FUNCIÓN: Directora Marketing. Creadora de publicidad oránica e inorgánica, venta de franquicias
CELULAR: 5583376705
CORREO: carolina.nakasima@mujerviaja.com

CEO:: **Lic. Paulina Patricia Saldaña Lozano**
FUNCIÓN: Capacitación de Globalizadores
CELULAR: 5530511222
CORREO: paulina.saldana@mujerviaja.com

CEO:: **Lic. Christian Mauricio Rivera Pérez**
FUNCIÓN: Sistemas Mujer Viaja y Capacitaciones en Turismo y conceptos generales
CELULAR: 5537274622
CORREO: mauricio.rivera@mujerviaja.com

CEO:: **C.P. Andrés Michaca Palafox**
FUNCIÓN: Asesoría contable y Fiscal
CELULAR: 5532533893
CORREO: abacusspn@gmail.com

CEO:: **Lic. Ricardo Moreno R.**
FUNCIÓN: Asuntos Legales
CELULAR: 5528887250
CORREO: ceimasesores@gmail.com

INTRODUCCIÓN A AGENCIA DE VIAJES:

Son empresas que se dedican profesional y comercialmente en exclusiva al ejercicio de mediación y/u organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos.

Su objetivo principal conseguir la satisfacción, la fidelización de los clientes que demandan servicios/productos turísticos de calidad que son distribuidos por las agencias de viajes y que cubren sus distintas necesidades y motivaciones.

Existen varios tipos de agencias de viajes:

- Mayorista/Tour Operador: se ocupa de la producción de viajes y servicios turísticos a la oferta. Su producto será comercializado a través de las minoristas.
- Minorista: no pueden producir programas ni paquetes turísticos, su función es la venta al cliente final de los paquetes desarrollados anteriormente por la mayorista. A escala reducida, la agencia minorista puede producir pequeños paquetes compuestos fundamentalmente de servicios turísticos sueltos. Esta modalidad de agencia es la más abundante en nuestro país.
- Mayoristas/minoristas (mixtas): son aquellas que crean productos y los venden tanto a través de sus propias redes de agencias minoristas.

Normalmente las agencias mixtas nacen como minoristas, que amplían su red de ventas que van creando sus propios productos que venden a través de la misma. Cuando la dimensión de su red es muy amplia se reconvierten en esta modalidad.

Teniendo en cuenta su especialidad y tipo de actividad podemos encontrar otros tipos de agencias:

- Receptivas o receptoras: traen a sus clientes a donde se encuentran ubicadas. Las ventajas que tienen este tipo de agencias es que conocen en profundidad el sector turístico de la zona donde están establecidas y así obtienen precios muy ventajosos.
- Emisoras: están especializadas en enviar a sus clientes a destinos o zonas geográficas diferentes de donde se encuentra la agencia.
- Emisoras-receptoras (verticales): pueden realizar simultáneamente las funciones propias de la agencia emisora y de la receptiva. • Agencias de venta "on line" o virtual (OTA's): muchas veces son agencias que no disponen de presencia física, sino que la venta se produce a través de su correspondiente página web/portal. Pueden ser independientes o formar parte de un grupo. No ejercen la función asesora del agente de viajes.
- In-plant: agencias de viajes minoristas que algunas grandes corporaciones tienen en sus instalaciones y tiene como objetivo canalizar todas las necesidades que puedan surgir dentro de la empresa en cuestión.
- Franquicia: la agencia franquiciadora cede su marca comercial e imagen corporativa a la agencia franquiciada que hace uso de ella, por un tiempo limitado, a cambio de una remuneración económica.
- Especializadas: son mayoristas y minoristas que se dedican principalmente a un segmento de la demanda, productos concretos (cursos de idiomas, turismo deportivo, congresos, etc.) o destinos de larga distancia (long haul) o corta distancia (short haul).

A pesar de que España es uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial la modalidad receptora no es la predominante en nuestro país sino la emisora.

Sus ingresos se pueden contabilizar teniendo en cuenta:

- El importe total del servicio (precio venta al público)
- La cantidad total de comisiones por la venta de servicios

A la hora de realizar el análisis económico de una agencia de viajes, ésta se basa en la cuenta de pérdidas y ganancias o cuenta de resultados, que es un documento en el que se tienen en cuenta los ingresos, los gastos y los resultados externos (de explotación, los financieros y los extraordinarios) del ejercicio contable.

También se tendrán que tener en cuenta las ratios para poder llevar a cabo el análisis económico y financiero de una agencia de viajes. Ratio es la relación o proporción que se establece entre dos cantidades o medidas.

GLOSARIO BÁSICO DE TURISMO:

AMAV - Asociación Mexicana de Agencias de Viajes.

Áreas naturales protegidas - Zonas del territorio nacional (México) y aquéllas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano o que requieren ser preservadas y restauradas y están sujetas al régimen previsto en la Ley

Bleisure - Término en inglés derivado de la unión de "business travel" y "el leisure travel" (viajes de negocio y viajes de ocio). Es una tendencia de los viajeros de negocios a alargar sus estancias (1 o 2 días) para conocer, como un turista convencional, el destino visitado.

Blitz - Es una herramienta de ventas que utilizan a menudo operadores de viajes y hoteleros para visitar y darse a conocer en agencias de viajes, ofrecerles sus servicios, identificarse personalmente con ellos y crear relaciones más cercanas.

Capacidad de carga turística - Representa el máximo número de personas que un destino o espacio turístico puede soportar antes que el recurso ambiental se comience a deteriorar de manera inaceptable o la experiencia del visitantes reduzca de manera inaceptable.

Carnaval - Celebración que se realiza antes del inicio de la cuaresma cristiana, que comienza el Miércoles de Ceniza. En cada destino turístico se realiza en diferentes fechas, entre febrero y marzo. Se originó como una festividad donde se desfilaba con disfraces y máscaras. El que tiene lugar en Río de Janeiro (Brasil) es el más famoso del mundo. En México el de Veracruz y el de Mazatlán son ampliamente reconocidos.

Centro histórico - Núcleo central de un área urbana, normalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural; encierra la mayor parte de la historia de una ciudad. A partir de este, se comienza a construir cualquier ciudad.

Centro turístico - Espacio territorial dotado de bienes y servicios turísticos, con capacidad para motivar y atender una demanda significativa.

Centro Vacacional - Unidad equipada con bienes y servicios turísticos, concentrados en un área delimitada y equipada para la atención de grupos de turistas.

Chárter - Contratar el uso exclusivo de cualquier avión, autobús u otro vehículo.

Circuito turístico - Recorrido turístico con regreso al punto de partida pero sin pasar dos veces por el mismo lugar.

City Break - Son viajes de corta duración (máximo 5 días) a destinos de ciudad. Los intereses pueden ser de conocer la cultura del lugar (museos, monumentos, gastronomía); pasar días de descanso, compras y gastronomía; o una combinación de ambos. Es común que durante el viaje se visiten 2 o más ciudades.

Consolidador - Una persona o empresa que forma grupos para realizar excursiones; al llevar un grupo de personas al viaje tiene la posibilidad de aumentar las ventas, ganar o cortesías.

Corredor turístico - Vía de comunicación entre dos o más centros turísticos, sirve como espacio de desplazamiento para corrientes turísticas. Ejemplo: Carreteras o caminos.

Cuenta Satélite del Turismo - (CST) Conjunto de definiciones y clasificaciones integradas en tablas, organizadas en una forma lógica y consistente, que permite contemplar en su totalidad la magnitud económica del turismo, tanto en su aspecto de demanda como en el de oferta.

Cultura - La suma total del comportamiento y las formas de vivir de un asentamiento de seres humanos que es transmitido de generación en generación.

Destino - Lugar geográfico al que llega un viajero, sin importar si pernocta o no. (OMT)

DMC - Son las siglas en inglés de "*Destination Management Company*" (DMC), y la traducción al español sería "**Agencias Turísticas Integradoras Locales**". Son aquellas empresas que se encargan de ofrecer paquetes y servicios turísticos a los visitantes dentro de un destino receptor.

Ecoturismo - Viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local.

Efecto multiplicador del turismo - Circulación que el dinero gastado en el turismo tiene dentro del sector económico de un determinado lugar.

FAM Trip - Término en inglés para referirse a un viaje de familiarización. Es una tarifa de viaje reducida o gratuita ofrecida a profesionales de viaje para que conozcan un destino, atracción u hotel, con el fin de que después lo vendan a sus clientes.

GDS - Siglas en inglés cuyo significado es: *Global Distribution System*; en español: "Sistema Global de distribución". Son sistemas tecnológicos utilizados principalmente por las agencias de viajes para reservar vuelos, habitaciones de hotel, renta de autos, entre otros servicios de la industria turística. En otras palabras, sirven como "compilador" de servicios turísticos entre las empresas que los ofrecen y las agencias de viajes. Los GDS más reconocidos son: Sabre, Travelport y Amadeus.

Gentrificación - Deriva del inglés *gentrification*. Del término *gentry*: una clase social de origen británica constituida por nobleza baja y media; una burguesía tradicional. Es el fenómeno que ocurre cuando un barrio (deteriorado o en declive) se vuelve atractivo gracias al desplazamiento de habitantes con mayor poder adquisitivo, lo que puede provocar el éxodo de los locales al modificar el ritmo habitual de vida en el lugar. ¹

Hospitalidad - Término general usado en la industria del turismo que describe la "hospitalidad en la industria" y que normalmente se refiere a la manera en que se trata al huésped desde la bienvenida en recepción, el trato del personal, el servicio de alimentos y bebidas, etc.

Hotel - Inmueble construido para dar servicio de hospedaje a personas, generalmente durante sus viajes a un destino diferente al de su residencia. Depende de la categoría, pueden contar con servicio de restaurante, piscina, gimnasio, guardería, spa, entre otros.

Huella ecológica - Es un indicador para conocer el grado de impacto de la sociedad sobre el ambiente. Sirve para determinar cuánto espacio terrestre y marino se necesita para producir todos los recursos y bienes que se consumen. ¹

IATA - Asociación Internacional de Transporte Aéreo.

Industria turística - Conjunto de empresas, establecimientos y otras organizaciones cuya actividad principal es ofrecer bienes y servicios a los turistas. (OMT)

Itinerario - Descripción detallada de las actividades que se llevarán a cabo durante un viaje, incluye los horarios. Es común que tanto el viajero como el prestador de servicios turísticos tengan una copia.

MICE - Acrónimo (conjunto de letras que forman una palabra) que hace referencia a *Meetings, Incentives,*

Conferences and Exhibitions (en español: Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones). Se utiliza para

hacer definir al Turismo de Reuniones, aunque el término aceptado por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) es justamente "Turismo de Reuniones".

Oficina de Convenciones y Visitantes - Las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) son organismos público-privados enfocados (no exclusivamente) al segmento de turismo de reuniones, cuya labor principal es la promoción del destino turístico donde están establecidas; pero, también tienen dentro de sus funciones el desarrollo de productos turísticos y la capacitación a prestadores de servicios turísticos.

OPC - Son las siglas para *Organizador Profesional de Congresos*. Son aquellas empresas especializadas en la planeación, organización, dirección y control de los eventos relacionados con la industria de reuniones.

OTAs - Siglas de: "Online Travel Agency". Cuyo significado al español es: "Agencia de Viajes Online".

Overtourism - (*Sobre-turismo* en español) Impacto del turismo en un destino o partes de él donde se ve afectada la calidad de vida percibida por los ciudadanos y por los turistas.

Paquete turístico - Un producto ofrecido al consumidor, que incluye al menos 2 elementos del viaje, cargados en el precio final. Estos elementos pueden ser el transporte, el hospedaje, los alimentos y/o visitas de ciudad, entre otros. Lo más común es que exista un precio y duración del viaje predeterminados con características únicas.

PMS - Abreviatura de *Property Management System*; en español: Sistema de Administración de Hoteles o Sistema de Gestión de Propiedades Hoteleras. Es una plataforma de Software que permite a los hoteles o cadenas hoteleras administrar tareas de recepción (reservas, *chek-in*, *check-out*, precios, habitaciones), aunque también permite la administración de otras áreas del hotel. Hoy, mediante los PMS se busca conocer al cliente y entregarle la mejor experiencia posible.

Recurso turístico - Elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes; son "materia prima" para las atracciones.

Revenue Management - (O *yield management*) también conocido como **gestión de ingresos**, es una técnica que involucra la fijación de precios, la oferta y la demanda con el fin de maximizar los ingresos de tu hotel (Omnibeas, 2019).

REVpar - Término en inglés que quiere decir "Revenue per available room", traducido como Ingreso por habitación disponible.

Snowbird (personas) - Son personas que viajan en temporada de invierno del norte del continente (Canadá y Estados Unidos) al sur, buscando lugares más cálidos y que normalmente los encuentran en México o el Caribe. Aquellos que están en estos lugares por al menos una noche pueden ser considerados turistas *snowbird*.

Tarifa - Precio final al que se vende al público un producto o servicio. Puede ser la noche de habitación en un hotel, un vuelo o una atracción turística.

Tarifa con descuento - (Hotelería) Cuando por algún motivo como incentivar el hospedaje, grupos de huéspedes, convenio o fechas especiales se hace una rebaja al precio normal de las habitaciones.

Tarifa grupal - (Hotelería) También conocida como tarifa convenio. Precio que se le ofrece a empresas o particulares que llevan constantemente gente (grupos) al hotel.

Tarifa Neta - (Hotelería) Es aquella que incluye impuestos (IVA e ISH).

Tarifa pública - (Hotelería) Precio estipulado abierto al público de las habitaciones de un hotel.

Tarifa Rack - (Hotelería) Costo más elevado al que se puede vender una habitación. Se ofrece generalmente cuando el hotel tiene alta demanda y pocas habitaciones.

Tiempo compartido - Servicio que consiste en poner a disposición de una persona o grupo de personas, el derecho de un desarrollo turístico (ejem. casa habitación, departamento o cuarto de hotel) por un periodo de tiempo específico; mediante el pago de una cantidad convenida. Es un tipo de "compra" anticipada de vacaciones por un determinado número de años.

Tour Operador - Una compañía que crea y comercializa paquetes turísticos, los que pueden incluir transporte, alimentos, hospedaje, visitas de ciudad, etc. En la cadena de venta, los tour operadores normalmente venden a las agencias minoristas y no directamente al cliente final.

TTOO - Se refiere a los touroperadores. Son agencias de viajes mayoristas que funcionan como intermediarios entre las agencias de viajes minoristas que tratan con el cliente final y los establecimientos turísticos (hoteles, restaurantes, aerolíneas, cruceros, etc.). Es común que los touroperadores armen paquetes turísticos que luego las agencias de viajes comercializan.

Turismo - Se refiere a las acciones que realizan los visitantes a un destino turístico. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista.

Turismo de Naturaleza - Viajes cuya principal motivación es la experiencia y cercanía con la naturaleza.

Turismo electoral - Se refiere al cambio de domicilio en la credencial de elector (INE en México) de una persona, con la intención de participar y votar en las elecciones de una zona geográfica que no es la que corresponde, normalmente otra entidad. Para las autoridades correspondientes, suele representar un delito.

Turismofobia - Es el temor, aversión o rechazo social que sienten los ciudadanos locales hacia los turistas por que (el turismo) rompe con la vida cotidiana de los ciudadanos, aumenta el costo de vida, produce exceso de ruido o contaminación, entre otros factores.

Turista - Visitante que pernocta en el destino al menos una noche. (OMT)

Upgrade - Término usado en hotelería para referirse al hecho de que el huésped tendrá una mejor habitación que la que ha pagado o una mejor clase de servicio, por el mismo precio.

Visitante - Un *visitante* es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. (OMT)

Workation - Término conformado por dos palabras en inglés: *work* (trabajo) + *vacation* (vacaciones). *Workation* se refiere a la actividad de vacacionar y trabajar al mismo tiempo. Es en otras palabras, tener la posibilidad de llevarte el trabajo a tus vacaciones; o también es la acción de poder recorrer diferentes destinos y trabajar a la vez. Un ejemplo de esto son los Nómadas digitales.

GLOSARIO BÁSICO DE HOTELERÍA:

ALL INCLUSIVE – Es el término que se da a los hoteles que incluyen diversos servicios por una sola tarifa.

AMENITIES – Son todos aquellos productos u objetos que el hotel pone a disposición del huésped (durante su estancia) dentro de su habitación como: papel higiénico, toallas, que shampoo, jabón, costureros, limpia calzado, etc.

BUSINESS CENTER – Área del hotel equipada con todo lo necesario (escritorios, computadoras, Internet, impresoras, salas de juntas, etc) para los huéspedes que van por negocios o trabajo.

CHECK IN – Término que se le da al registro de llegada del huésped (generalmente es a partir de las 3:00 P. M)

CHECK LIST – Lista de actividades a realizar (cada departamento tiene una distinta), así se permite llevar un control adecuado, y evitar errores por algún olvido o descuido del personal.

CHECK OUT – Momento de la salida del huésped (12:00 del medio día).

CHECK OUT EXPRESS – Proceso de salida del huésped de forma rápida. ¡Ojo! es importante saber que para poder realizarlo, el cliente no debe tener ningún tipo de cargo pendiente.

CONCIERGE – Es la persona encargada de cumplir de manera personal las necesidades o solicitudes del huésped durante su estancia. (Ve el artículo completo aquí).

CORTESÍA – Son regalos o pequeños detalles (tablas de quesos, botellas de vino o champagne, cenas, etc) que el hotel hace a ciertos huéspedes, por lo regular a los VIP.

CXC – Es la abreviación de cuentas por cobrar, y se refiere a las facturas, notas o recibos que aún no se han pagado.

DAY PASS – Sirve para tener acceso y disfrute por un día a las instalaciones del hotel (excepto habitaciones).

DOBLE ROOM – Sigue siendo una habitación estándar pero con 2 camas.

EARLY CHECK IN – Es la posibilidad de disponer de la habitación mucho antes de la hora habitual (normalmente a mediodía) .

FAM TRIP – Grupos formados por agentes de viajes, que van a conocer y disfrutar de las instalaciones del hotel, para posteriormente venderlo en sus agencias.

FRONT DESK – Es el término asignado a la recepción del hotel.

JUNIOR SUITE – Habitación de lujo, superior a las estándar, con más espacio y confort.

LATE CHECK OUT – Es una salida tardía, es decir, después de la hora estipulada por el hotel (usualmente tiene costo extra).

MÁSTER ACCOUNT – Es la cuenta exclusiva para cargar todos los gastos de un grupo.

NO SHOW – Es cuando existe una reserva, pero el huésped por alguna razón no se presenta.

OVERSELLING – Es cuando el hotel sobrepasa las ventas de su capacidad real.

PAX – Término que se le da a un huésped o cliente para identificarlo.

PICK UP – Son las reservas realizadas desde la fecha de toma, hasta el día previsto de llegada.

ROOM SERVICE – Servicio de alimentos y bebidas ofrecido a la habitación del huésped.

SINGLE ROOM – Es la habitación estándar o más común del hotel.

TARIFA RACK – Tarifa más alta con la que cuenta el hotel, y se ofrece cuando el huésped llega a comprar directamente al hotel (sin tener una reserva previa).

TARJETA DE CRÉDITO EN GARANTÍA – Es la tarjeta que el huésped dejará registrada como referencia de pago.

TDC – Abreviatura de «Tarjeta De Crédito» y sirve para identificar la forma de pago del huésped.

TDD – Abreviatura de Tarjeta de Débito.

UP GRADE – Hace referencia un servicio de mayor categoría a la que inicialmente el huésped había reservado.

VIP – Es el término que se le asigna a un huésped distinguido (Very Important People).

TIPOS DE ALIMENTOS EN HOTELERÍA:

TI (Todo Incluido) Este es el tipo de comida más popular, especialmente entre los que desean pasar sus vacaciones en la playa cerca del hotel. Incluye pensión completa (entre tres y seis comidas más la merienda), así como acceso ilimitado a bebidas sin alcohol y bebidas alcohólicas de producción local.

UTI (Ultra Todo Incluido) Se trata de una opción Todo Incluido con una mayor variedad de bebidas alcohólicas, principalmente internacionales. Además, dependiendo del hotel, también puede incluir servicios adicionales como masajes, SPA y saunas.

SA (Solo Alojamiento) No incluye ninguna comida en el hotel. Este régimen suele ser elegido por los turistas activos, que pasan la mayor parte del tiempo fuera del hotel.

AD (Alojamiento y Desayuno) El precio del hotel incluye el desayuno.

MP (Media Pensión) Además del alojamiento, el precio incluye el desayuno y la cena.

PC (Pensión Completa) El desayuno, el almuerzo y la cena están incluidos en el precio. Este régimen es recomendado para los huéspedes que planean viajes con una duración inferior a 3 horas pero que no desean comer en restaurantes.

SC (Sin Servicio de Comidas) Cocina tú mismo. Las comidas no están incluidas en el precio del hotel, pero los huéspedes tienen acceso a la cocina, en la que pueden preparar las comidas por su cuenta. Esta es la mejor opción si deseas ahorrar un poco de dinero o si sigues una dieta restrictiva.

SP Las comidas son servidas según el programa vacacional. Por norma general, este régimen suele ser contratado para los viajes organizados durante el tiempo libre.

ZPR Las ofertas de este tipo incluyen un catering tal y como aparece descrito en los detalles del programa del evento turístico o en la descripción del hotel que se puede encontrar en las condiciones del evento turístico.

TIPOS DE DESAYUNOS EN HOTELERÍA:

Desayuno inglés Este desayuno suele consistir en huevos fritos, alubias, champiñones, salchichas pequeñas y tomate a la plancha. Este también incluye tostadas, café o té y zumo.

Desayuno americano El desayuno americano suele estar compuesto por dos huevos, beicon, salchichas pequeñas, panqueques y salsa de arce. Este también incluye tostadas, café o té y zumo. Con la leche también se pueden tomar cereales.

Desayuno continental Este desayuno suele consistir en tostadas, mermelada, café o té y zumo. En su versión más abundante, también puede incluir platos calientes como huevos revueltos, salchichas y sopas de leche.

Desayuno vienés Este tipo de desayuno suele estar compuesto por huevos cocidos en un vaso, panecillos, un plato de carne, mermelada o miel, y café con crema o té, zumo o agua.

Desayuno Buffet Se puede decir que es una mezcla del desayuno americano y el continental, agregándoles productos dietéticos, como yogures o lácteos, también se consiguen quesos, embutidos, ahumados, carnes, granos, entre otros. Estos alimentos se colocan en una mesa larga, para que el cliente escoja y se sirva él mismo.

Desayuno a la Carta Cada persona elige lo que va a desayunar de una lista de preparaciones.

TIPOS DE HABITACIONES EN HOTELERÍA:

DBL: Habitación doble clásica con cama de matrimonio.

MELLIZO: igual que DBL pero con dos camas individuales.

SGL: habitación individual clásica.

TRPL (triple) : Habitación triple.

QDPL (cuádruple) : habitación cuádruple.

APTO (Departamento) : — una suite de dos o tres habitaciones (a veces hay más habitaciones) con una pequeña cocina o una cocina completa. El número de habitaciones se indica de la siguiente manera: 1 hab. y 2 hab. - respectivamente, 1 y 2 dormitorios.

Si necesita una cama extra en la habitación, entonces necesita una abreviatura **EXB** (cama supletoria).

Números y su clasificación.

Estándar (ETS) : Habitación estándar.

Superior: un poco más grande que la habitación estándar.

Cuarto familiar: habitación familiar, que a menudo consta de dos habitaciones.

Suite (STE) : en general, esta es una habitación con una habitación y una sala de estar separada (esencialmente con dos habitaciones).

A su vez, se divide en varias subcategorías: Mini (ligeramente mejor que Superior),

Júnior (una habitación y un área separada para sentarse o un lugar para dormir

cercado), **Mayor** (Habitación superior con dormitorio completo y salón),

Rey y Ejecutivo (con dos dormitorios).

Estudio: habitación individual con una pequeña cocina.

Lujo(algunas veces de lujo): no necesita traducción, esta es una habitación con un alto nivel de confort.

Habitación Luna de Miel: habitación especial para lunamieleros.

Para indicar qué camas hay en una habitación, también se utilizan algunas

designaciones: Camas king,

Cama Kingsize (k; más de 180 cm de ancho),

Cama Queen (q),

Camas dobles simples Cama doble (D; en consecuencia, si la habitación está equipada con dos camas, habrá una abreviatura 2D).

La ubicación de las habitaciones con respecto al hotel.

Esquina: numero de esquina

Principal edificio(MV): Habitación ubicada en el edificio principal. **Habitaciones Conectadas:** habitaciones con paso de una a otra. **Nuevo edificio:** habitación en el edificio nuevo.

Balcón habitación: habitación con balcón.

Piso Ejecutivo: la habitación está ubicada en un piso separado con servicios adicionales y un nivel superior de servicio.

Dúplex: habitación dúplex.

Bungalow (BG) : edificio separado. También llamada Cabaña.

ROH (correr de la casa): alojamiento en un hotel sin un tipo de habitación predeterminado.

Vistas desde ventanas y su clasificación.

BV(vista a la playa): vista a la playa

novio (playa parte delantera) : vista a la playa

CV(vista de la ciudad): vista de la ciudad

VD(Vista de dunas): vista de las dunas de arena.

VG(vista al jardín): vista al jardín.

LV(Vista al paisaje): vista de los alrededores.

MV (vista a la montaña): Vista desde la montaña.

V.O.(Vista al océano): vista al océano.

Fotovoltaica(Vista a la piscina): vista a una piscina.

R. V.(vista del rio): Vista del rio.

SV(Vista marítima): vista al mar

SSV (lado del mar vista): vista lateral al mar.

vv(Vista del valle): vista del valle

ROH (correr de la casa): alojamiento en un hotel sin una vista preestablecida desde la ventana

GLOSARIO BÁSICO DE TRANSPORTACIÓN AÉREA:

Tipos de vuelos. El avión es la forma más rápida de viajar. Hoy es posible cubrir grandes distancias gracias a un vuelo en avión. ¿Qué **tipos de vuelos** hay y en qué se diferencian En Locuraviajes.com os contamos más de los **tipos de vuelos**.

Millones de personas toman un avión a diario, **vuelos** nacionales, vuelos internacionales, vuelos transoceánicos. Vuelos charter o vuelos regulares. Gracias al avión hoy podemos conocer todo el mundo. Todos hemos escuchado hablar de **vuelos** charter y vuelos regulares.

VUELOS REGULARES - Son **vuelos** que operan bajo horarios estrictos que son publicados por la compañía, también en ocasiones especiales cuando existe un exceso de tráfico.

VUELOS CHARTER:

- Son **vuelos** que no se atienen a un horario establecido. Pueden ser aviones alquilados por una agencia de viajes o tour operador con el fin de llevar a un grupo de personas a distintos destinos. A veces un **vuelo** regular tienen algunas plazas que son vendidas a un tour operador aun precio inferior.
- **Los vuelos** charter se organizan directamente desde el lugar de salida hasta el destino sin paradas intermedias. Esto les da una gran ventaja ya que los costes operativos se reducen y los pasajeros llegan más rápido a sus destinos.
- La mayoría de estos **vuelos** son periódicos en momentos especiales como vacaciones, **puentes**, algún evento deportivo o musical.
- En los aviones charter suele haber más asientos, y menos espacio entre piernas y codo. Esto tiene un clara razón de rentabilidad para poder tener opción a vender más pasajes.
- Los **billetes de avión** para vuelos regulares los puedes comprar directamente a través de la compañía aérea, sin embargo los pasajes de los vuelos charter los venden generalmente empresas intermediarias como los tour operadores o las agencias de viajes que tienen un número de asientos ya asignados en los aviones.
- Mientras los vuelos regulares tienen gran difusión de marketing por parte de las compañías, ya que tienen un ámbito más amplio, los vuelos charter tienen una menor cobertura de marketing.

VUELOS LOW COST. Ofrecen vuelos a precios muy baratos a cambio de eliminar servicios como el catering que pasa a ser de pago, realizan vuelos cortos y frecuentes. Las plazas no numeradas lo que agiliza el embarque

VUELO DIRECTO-NON STOP Cuando se sale del destino A hacia el destino B sin paradas intermedias.

VUELO DIRECTO Cuando se enlazan dos destinos conservando el mismo número de vuelo, en este casos puede haber paradas durante el vuelo o incluso cambio de avión pero el pasajero no tendrá que factura otra vez.

VUELOS ONE WAY Cuando se trata de un viaje de ida, un pasaje de ida suele costar más que un billete completo, salo en las compañías low cost que a vece ofrecen billetes de ida a bajo precio.

VUELOS LARGO RECORRIDO Vuelos que tienen una duración superior a 7 horas. Ejemplo desde Nueva York a Anchorage en Alaska que son 8.30 horas.

VUELOS INTERCONTINENTALES Vuelos que hacen un recorrido de un continente a otro, como desde Europa a América del Sur, América del norte o a Japón. Muchos vuelos intercontinentales son de largo recorrido pero no todos, viajar de Madrid a Casablanca es un vuelo intercontinental pero la duración es de menos de dos horas.

VUELOS DOMÉSTICOS O NACIONALES Cubren el territorio de un país. Generalmente serán viajes de menos de 7 horas, salvo que el país sea muy extenso, como en el ejemplo anterior de Nueva York a Anchorage en Alaska 8.30 horas.

SERVICIOS ESPECIALES DE LAS AEROLÍNEAS:

Asistencia con silla de ruedas en el aeropuerto El servicio de silla de ruedas está disponible si lo necesita:

- Hacia y desde su puerta de embarque
- Entre puertas de embarque para vuelos de conexión
- Hacia el área de entrega de equipaje

Recomendamos que solicite asistencia con una silla de ruedas con anticipación seleccionando 'Añadir asistencia especial' al reservar o administrar su viaje en línea.

También puede indicarle a un miembro del aeropuerto el día de su viaje que necesita asistencia con una silla de ruedas.

Volando embarazada Conoce las autorizaciones que necesitas para volar si ya has cumplido las 28 semanas de embarazo.

- A partir de la 36 semana de gestación (32 si es múltiple y sin complicaciones) IATA recomienda no volar.
- Si de todas formas tu cliente necesita viajar, debe presentar un certificado de su médico al embarcar.
- Una semana después del parto ya puede volver a volar.

Viajar con recién nacidos La mayoría de las aerolíneas permiten viajar desde cualquier momento, pero recomienda no volar con un bebé hasta pasados los 7 días después de dar a luz.

- Los cambios de presión le pueden causar molestias
- Debemos recomendar mantener al bebé bien hidratado antes y después del vuelo ya que es muy susceptible a la deshidratación.

Viajar con mascotas: A partir del 1 de octubre de 2021 los clientes que viajan con animales de servicio (SVAN) y de apoyo emocional (ESAN) deberán considerar el siguiente ajuste en nuestras políticas: Animales de servicio (SVAN) No se aceptará el transporte de cerdos, monos y caballos miniatura, los perros serán los únicos animales que podrán viajar en esta condición. Animales de apoyo emocional (ESAN) Solo se permitirá el transporte de perros y gatos, mismos que deberán tener un peso máximo de 12 kg y sus medidas permitidas serán de largo x alto 56 x 30.

Animales de Servicio (SVAN) Son animales entrenados especialmente para acompañar a personas que lo necesiten. Podrán volar contigo sin necesidad de una transportadora especial.

- Los perros guía que apoyan a personas ciegas o con debilidad visual.
- Animales que dan señales a una persona con sordera.
- Animales entrenados para alertar a una persona ante una convulsión.
- Animales para asistir a personas con discapacidad motriz.

Asistencia a personas con problemas de audición Si su pasajero lo requiere avísele a uno de los agentes de la puerta de embarque o auxiliares de vuelo si necesita ayuda para escuchar cualquier novedad importante acerca del vuelo. Asimismo, los videos de seguridad vienen con subtítulos.

Si su pasajero no necesita asistencia en el aeropuerto, se le pide que avise si tiene una discapacidad auditiva o tiene baja audición para que puedan asegurarse de que reciba la información sobre seguridad y cualquier novedad importante acerca del vuelo.

Animales de Apoyo Emocional (ESAN) Son animales que ayudan a las personas brindando apoyo terapéutico a su tutor a través del afecto y la compañía. Para volar con un animal de este tipo se deberá presentar un certificado prescrito por un médico psiquiatra.

- Son permitidos a bordo como animales de apoyo emocional: perros y gatos
- Se establece un peso máximo de las mascotas de 12 kg y las medidas máximas permitidas del animal: largo x alto 56 x 30
- La aceptación de este tipo de animales está sujeto a sus dimensiones.
- Los animales deberán contar con al menos 8 semanas de nacido.
- El tiempo mínimo de presentación a mostrador de documentación es de 2 horas previas a la salida del vuelo.

Asistencia a personas con problemas visuales Si su pasajero necesita ayuda para hacer check-in o llegar a su puerta de embarque, por favor avísele a un agente en el mostrador de boletos. Si su pasajero desea usar una silla de ruedas de cortesía o si necesita que le acompañen del brazo o que le guíen para llegar a su puerta, también puede hacer su solicitud durante el proceso de reservación o en el aeropuerto. Además, hay cartillas de instrucciones de seguridad en Braille disponibles a bordo de su vuelo.

Si su pasajero no necesita asistencia en el aeropuerto, se le pide que avise si tiene una discapacidad auditiva o tiene baja audición para que puedan asegurarse de que reciba la información sobre seguridad y cualquier novedad importante acerca del vuelo.

Asistencia a personas con discapacidad cognitiva o del desarrollo La Mayoría de las aerolíneas brinda asistencia a personas que tienen alguna discapacidad cognitiva o del desarrollo, durante el embarque, desembarque y conexiones.

Espacio extra durante el viaje Si un cliente necesita espacio extra fuera de un solo asiento para viajar de manera segura, es necesario otro asiento. Sugerimos a los clientes avisar, al momento de hacer sus reservaciones, acerca de cualquier necesidad de asiento que tengan.

- Si hace su reservación por teléfono, Reservaciones se asegurará de brindarle 2 asientos adyacentes por la misma tarifa.
- Si no reservó un asiento extra con anticipación, pídale a un agente del aeropuerto que busque si hay 2 asientos adyacentes.
- Se le podría ofrecer la opción de ir en un asiento en una clase superior que le ofrezca más espacio; en dicho caso, usted será responsable de cualquier diferencia que aplique entre tarifas.
- Si no podemos atender sus necesidades de asiento en su vuelo original, usted podrá comprar asientos en otro vuelo (al mismo precio que sus asientos originales).

Información para pasajeros adultos mayores

- El embarque más temprano está disponible si necesita más tiempo o asistencia para embarcar. Deberá identificarse con el agente en la puerta de embarque para solicitar embarcar más temprano.
- La asistencia con silla de ruedas está disponible para ayudar con distancias largas en el aeropuerto.
- Si tiene limitaciones de visión o auditivas, avísele a un miembro de nuestro equipo en el aeropuerto o en el avión para que nos aseguremos de que reciba las instrucciones de seguridad a bordo.

CLASIFICACIÓN DE ASIENTOS EN AEROLÍNEAS:

Primera clase- La primera clase de un avión es la clase con el mejor servicio y también con el precio más alto. El servicio ofrecido es superior a la clase ejecutiva, y existe solo un pequeño número en vuelos largos. Se caracteriza por un mayor espacio entre asientos (incluso pueden convertirse en cama), TV personal, alimentos y bebidas de alta calidad, un servicio personalizado, privacidad, pijama, zapatillas y artículos de bolsa para la higiene. Los pasajeros de esta clase tienen el check-in separado, sala de espera propia en el aeropuerto, preferencia para embarcar o transporte propio entre la terminal y el avión. Debido a su alto costo, hay pocas compañías aéreas que ofrecen este servicio.³

Clase ejecutiva o business- La clase ejecutiva (Business class en inglés) es más cara, pero ofrece más comodidades al viajero que las clases inferiores (mejores alimentos, opciones de entretenimiento más amplias, asientos más cómodos y más reclinables y más espacio para las piernas, entre otras).⁴

Clase premium economy- La clase Premium Economy es una clase de viajes que ofrecen en algunas aerolíneas para dar una mejor experiencia de viaje que la clase económica, pero por mucho menos dinero de lo que la clase ejecutiva.⁵ Se limita a menudo solo a pequeños extras como más espacio para las piernas, comida gratis y bebidas.⁶

Clase turista o económica- La clase turista o económica en un avión, es una clase en la que tanto el valor del billete es el más bajo, ya que los niveles de confort son más bajos que en otras clases. Esta clase se caracteriza principalmente por la corta distancia entre cada asiento, y una variedad más pequeña de las comidas y entretenimiento.