

Proyecto Terminal

Licenciatura en Administración de empresas Turísticas

Presentación final del proyecto

Diseño de Planeación Estratégica y propuesta de mejora para la Agencia de Viajes FunTour en León Guanajuato, durante el 2019.

Claudia Guadalupe Aguilar Venegas

AI12526615

M. en A. Marlene Miralrio López

Docente en línea

Ing. Jorge Armando López Flores

Asesor externo

FunTour S.A de C.V

4 de Junio de 2019

ÍNDICE

ANTECEDENTES	10
AGENCIA DE VIAJES FUNTOUR.....	10
CONTEXTUALIZACIÓN	13
DIAGNÓSTICO.....	13
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	14
OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO	14
SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	15
OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA AGENCIA DE VIAJES FUNTOUR....	15
JUSTIFICACIÓN.....	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
PROBLEMA. La agencia de viajes FunTour ha sufrido una baja en ventas a partir del año 2014.....	17
PROBLEMATIZACIÓN	17
VARIABLES.....	20
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	20
Pregunta principal.....	21
Preguntas secundarias.....	21

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	21
Objetivo:	22
Objetivos específicos:	22
DISEÑO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y PROPUESTA DE MEJORA PARA LA AGENCIA DE VIAJES FUNTOUR, 2019	23
CAPITULO 1 TURISMO	23
1.1 DEFINICIÓN	23
1.2 TURISTA	24
CAPITULO 2. OFERTA TURISTICA	24
2.1 DEFINICIÓN	25
2.2 CLASIFICACIÓN	25
2.3 ELEMENTOS.....	26
CAPITULO 3. DEMANDA TURISTICA.....	26
3.1 DEFINICIÓN	27
3.2 CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA TURISTICA	28
CAPITULO 4. AGENCIA DE VIAJES	29
4.1 ANTECEDENTES.....	29
4.2 DEFINICION	30
4.3 CARACTERISTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.....	31
CAPITULO 5. COMPETITIVIDAD	32

5.1 DEFINICIÓN	32
5.2 RELEVANCIA	34
5.3 ELEMENTOS DE LA COMPETITIVIDAD	34
CAPITULO 6. LA VENTAJA COMPETITIVA.....	35
6.1 DEFINICIÓN	35
6.2 ESTRATEGIAS PARA CREAR LA VENTAJA COMPETITIVA.....	36
CAPITULO 7. LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA	37
7.1 DEFINICIÓN	37
7.2 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	38
7.3 ELEMENTOS DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	38
7.4. IMPORTANCIA.....	39
RECURSOS.....	40
RECURSOS HUMANOS.....	40
RECURSOS MATERIALES	40
RECURSOS FINANCIEROS.....	40
METODOLOGÍA	41
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	41
IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	41
TIPO ESTUDIO	42

NIVEL DE INVESTIGACIÓN	42
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	43
MUESTRA.....	43
.....	43
TIPO DE MUESTREO.....	43
APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	44
ANÁLISIS ESTADÍSTICOS	45
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	50
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTO TERMINAL 1.....	53
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTO TERMINAL 2.....	54
DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN.....	56
Objetivos y estrategias de apoyo	57
ALCANCES	58
LIMITACIONES	58
RECURSOS MENSUALES PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO	59
EJECUCION DEL PROYECTO	60
Aspectos Generales de la empresa.....	60
Matriz FODA.....	62
Áreas de oportunidad	63

Detección de necesidades	64
Diagrama de Ishikawa	68
PLAN DE ACCIÓN	69
Análisis de procesos.....	72
SUPERVISION DEL PROYECTO	98
Impacto del proyecto	106
EVALUACIÓN DEL PROYECTO	108
Resultados	116
Resultados comparativos	120
SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO.....	122
Descripción de la intervención.....	124
Análisis de la intervención	129
Conceptualización	131
Conclusiones.....	138
Propuestas	140
INFORME DE RESULTADOS	144
Conclusiones.....	144
Logros:	146
Dificultades:.....	146

FUENTES DE CONSULTA.....	153
ANEXOS.....	158
*ANEXO 1. ENCUESTA AL CLIENTE.....	158
*ANEXO 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CLIENTES FUNTOUR.....	178

RESUMEN

El presente proyecto tiene como propósito realizar una planeación estratégica, que se adapte a las necesidades actuales de la agencia de viajes “FunTour S.A de C.V”, en la ciudad de León Guanajuato. La agencia cuenta con 20 años de experiencia, su servicio es reconocido y tiene la lealtad de sus clientes, sin embargo, ha sufrido una baja en ventas debido a la introducción de nuevos proveedores y a la accesibilidad de la tecnología, afectando directamente a este giro. Por lo que es necesario realizar una planeación estratégica que permita tomar las decisiones pertinentes para atraer nuevos nichos de mercado y así mantener vigente a la agencia de viajes. Para la planeación estratégica se realizará un análisis del entorno interno y externo actual para poder crear las estrategias convenientes, con la finalidad de dar un acercamiento a las necesidades reales de los clientes y así poder conocer la mejor manera de satisfacerla. En la primera parte se presentan los antecedentes de la empresa en donde se va a realizar un diagnóstico de la problemática, identificando claramente cual es esta, definiendo su entorno completo, estableciendo las variables dependientes e independientes, hipótesis, antecedentes y planteamiento del problema, para determinar cuál es la línea de investigación más conveniente y la justificación para abordar dicha problemática. Posteriormente habrán de definirse los objetivos el general y específicos, delimitando claramente los parámetros a seguir haciendo hincapié en la línea de investigación. En segunda instancia se presenta el marco teórico resaltando la importancia de la investigación para la planeación estratégica de la agencia de viajes FunTour S.A. de C.V Posteriormente se expone el tipo de estudio, nivel de investigación, delimitación de la investigación, el procedimiento y análisis estadístico, es importante mencionar que los datos del presente proyecto son cuantificables, para dar mayor validez, para lo cual se emplearan herramientas estadísticas que permitan conocer la realidad actual del mercado para después implementar una propuesta de mejora.

INTRODUCCIÓN

El mercado turístico cambia constantemente, los prestadores de servicios continuamente se tienen que adaptar a los nuevos requerimientos del mercado, con la finalidad de mantenerse competitivos.

Los clientes potenciales se instruyen, buscan la mejor opción de precio, de calidad, de servicio y excelencia. Es en este sentido es que las agencias de viajes son factor clave en la planeación de un viaje, ya que brindan a los clientes la confianza de que sus viajes se pueden llevar a cabo sin contratiempos.

La tecnología ha repercutido en todos los campos de la economía, siendo el turismo uno de los más “afectados”, pues cambia completamente la dinámica que se venía manejando en cuanto a la producción, promoción, distribución y el proceso de compraventa de productos turísticos. Los clientes a su vez son cada vez más preparados para enfrentar dichos cambios, en este mismo sentido los clientes buscan recomendaciones y es a través de páginas web especializadas, en donde se pueden leer los comentarios de las personas que ya han vivido la experiencia, se trata de un mundo globalizado en donde ya no es necesario conocer a la otra persona para conocer la recomendación de boca en boca, sino que ahora gracias a la tecnología, se pueden conocer las experiencias aún y cuando no se conozca al otro físicamente.

Es pues menester explorar cuál es la situación del mercado actual, para realizar las acciones necesarias que mantengan a la agencia de viajes vigente.

ANTECEDENTES

AGENCIA DE VIAJES FUNTOUR

La agencia de viajes FunTour S.A de C.V fue fundada un 13 de Julio de 1998. La sociedad actualmente está conformada por 2 socios. Siendo uno de ellos quien se encarga directamente de dar el servicio y atención en la agencia de viajes. La agencia se encuentra en la zona centro de la ciudad de León Guanajuato, este año cumple 21 años de estar ofertando al mercado sus servicios. Anteriormente se encontraba ubicada sobre la misma avenida, pero una cuadra antes, Libertad 112, actualmente es Libertad 228. El motivo del cambio se debió a una inundación, que afectó seriamente los cimientos del local, por lo que fue mejor moverse a otro establecimiento. Los clientes fueron avisados del cambio, además de que se les permitió poner una manta con los nuevos datos de la agencia para que los que no sabían del cambio, fueran avisados.

En la Zona Centro de León, existe una calle muy emblemática llamada Francisco I Madero, esta calle entra dentro de la ruta del peatón que se caracteriza por tener los monumentos más emblemáticos de la ciudad, como el arco de la calzada y el templo expiatorio, anteriormente esta calle era conocida por el gran número de agencias de viajes que había en la zona, sin embargo actualmente solamente dos de esas agencias permanecen:

Agencias de viajes zona centro



Discovery



Viajes Jovi

Fuente: Elaboración propia.

FunTour, aunque se encuentra en la zona centro, no se encuentra precisamente en la zona más turística de la ciudad o al menos la más concurrida. Su ubicación es un poco después del Blvr. Adolfo López Mateos y si es visible, además cuenta con la experiencia que tiene en el mercado, la agencia tiene la fidelidad de clientes que viajan al menos una vez al año y recurren a la agencia para realizar viajes con motivos vacacionales.

Fachada agencia de viajes FunTour



Fuente: Elaboración propia.

CONTEXTUALIZACIÓN

Dentro del contexto actual se tiene que la tecnología vino a dar un acercamiento directo entre los prestadores de servicios y los clientes, prescindiendo de los servicios de los agentes de viajes en algunos casos, existen páginas web especializadas como Expedia o Tripadvisor, que permiten que los usuarios conozcan sus alternativas de viajes, así como precios y recomendaciones. Los usuarios son cada vez más exigentes y preparados por ello es que se debe cambiar el paradigma de las agencias de viajes, de ser intermediarios a ser un prestador de servicios.

DIAGNÓSTICO

La problemática central deriva en la baja en ventas, debido a que las nuevas tecnologías, son más amigables con el cliente, haciendo innecesario del servicio de las agencias de viajes. Por otro lado, la apertura de nuevas formas de alojamiento (más económicas) hace que las personas opten por este tipo de servicio, que economice más el viaje. El internet trajo consigo un cambio cultural, debido a la masificación de este servicio, ahora se ha convertido en una verdadera necesidad y las personas recurren a este para facilitar sus viajes.

Se va a analizar, cuáles son los factores que influyen en la demanda turística en las agencias de viajes, con la intención de entender cuáles son las necesidades de los clientes y de esta manera poder idear una estrategia que permita a la agencia de viajes FunTour, mantenerse competitiva en el mercado, optando a través del lado humano y la experiencia en el servicio como un aliado que nunca va a poder ser sustituido por internet, haciendo de este último una herramienta que va a permitir llevar a cabo la labor del agente de viajes de mejor manera.

La agencia de viajes fue creada en un contexto muy distinto al actual, anteriormente no se disponían de tantas tecnologías e información, incluso el viajar se consideraba un privilegio de las clases acomodadas, de tal manera que las agencias eran una pieza clave y fundamental para servir como intermediario entre los clientes y los prestadores de servicios, las agencias eran las que tenían toda la información necesaria para proporcionársela a los clientes, que recurren a estas como un asesor que reduce el tiempo de planeación de los viajes, también debido a su experiencia orienta a los clientes hacia productos y/o servicios como un promotor de los servicios turísticos.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA AGENCIA DE VIAJES FUNTOUR

Las agencias de viajes desempeñan un papel importante para la comercialización de los servicios turísticos ya que su principal función es la de servir de intermediarios entre los prestadores de servicios (hospedaje y alojamiento) y el cliente final (personas, empresas, etc.). Las agencias de viajes minoristas ofertan paquetes turísticos de talla nacional o internacional, que a su vez son ofertados por agencias mayoristas u operadoras turísticas. Para llevar a cabo las actividades en las agencias de viajes, se emplean Sistemas de Distribución Global (GDS), se debe tener acceso a internet, equipos de cómputo y tecnología, los cuales en su conjunto son los recursos con los que cuenta la agencia de viajes, para lo cual resulta imprescindible realizar la investigación del presente proyecto, encausada a la optimización de los recursos con los que la agencia de viajes ya dispone. (Acerenza, 2010). FunTour anteriormente operaba con el GDS “Sabré”, sin embargo, el alcance tecnológico, hizo de esta plataforma innecesaria, las nuevas páginas web como travelinn, son de fácil manejo, evitando los códigos y es de respuesta inmediata, por lo que fue necesario prescindir del servicio de Sabré. La tecnología en el contexto actual cambia constantemente, para lo cual las empresas deben adaptarse para mantener la vigencia sobre los productos y/o servicios actuales y de esta manera crear nuevos lazos y estrategias que permitan llegar al usuario final de los productos y/o servicios, tal es el caso de las redes sociales que ahora son un medio de gran influencia que se convirtió en una importante herramienta de comercialización. Para ello se tiene que optimizar al máximo los recursos con los que la empresa ya cuenta, de tal manera que se puedan captar nuevos nichos de mercado, utilizando la tecnología como un aliado.

JUSTIFICACIÓN

El mercado cambia constantemente con base a las necesidades de los clientes y por ello, los prestadores de servicios se encargan de ofrecer productos o servicios, la comercialización de

productos turísticos y un producto comercial tiene una serie de características muy específicas, como la intangibilidad, realmente los consumidores cuando adquieren un producto turístico, adquieren emociones y experiencias, con base a esto es que se comercializan los productos turísticos, apelando a la percepción del turista y cubriendo las necesidades que este tiene, por lo que es necesario conocer precisamente cuáles son esas necesidades. Actualmente las empresas más exitosas son aquellas que se adaptan a los cambios y necesidades de sus clientes, y es conveniente realizar una revaloración de las estrategias implementadas por la agencia de viajes con la finalidad de aumentar la competitividad en el mercado. Se tiene que realizar un análisis de la demanda para saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes actuales y de esta manera ejecutar acciones correctivas que permitan penetrar el mercado y poder aumentar la presencia de la agencia de viajes en un mercado más amplio que impacte directamente en la rentabilidad de la agencia de viajes, tomando en cuenta los datos estadísticos, tendencia del mercado actual y estrategias mercadológicas para ubicar y mejorar el posicionamiento en el mercado. Los agentes de viajes minoristas se han visto afectados debido a una tendencia global, en donde la tecnología ha venido a facilitar a los nuevos viajeros herramientas al alcance de todos, aunado a la apertura de nuevas aerolíneas que ya no brindan comisiones por ventas. La planeación estratégica y propuesta de mejora es fundamental en una empresa, pues representa una de las fases más importantes del proceso administrativo, la planeación brinda la pauta de los pasos a ejecutar y la estrategia está pensada en el impulso de la misma, por lo que se busca impacte positivamente en las ventas de FunTour, adaptándose a las necesidades del mercado actual.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PROBLEMA. La agencia de viajes FunTour ha sufrido una baja en ventas a partir del año 2014.

PROBLEMATIZACIÓN

FunTour es una agencia de viaje minorista, esta adquiere sus paquetes a través de agencias de viajes mayoristas, siendo sus principales proveedores: Trávelinn, la operadora, Euromundo, Momondo y Megatravel. La oferta de la agencia no dista de las demás agencias de la zona que también son minoristas, pues todos se limitan a ofrecer los paquetes de los mayoristas, actualmente la diferenciación radica en el servicio, profesionalidad y excelencia.

Según la Organización Mundial del Turismo, al 2017 se incrementó el turismo internacional en un 7%, siendo el mejor resultado en los últimos 7 años. Europa y África fueron los continentes con mayor crecimiento turístico, en un 8% con relación al 2016. Asia y el pacífico en un 6%, Oriente Medio 5% y América 3%. (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Como se puede observar la tendencia mundial de viajar ha ido incrementando en vez de disminuir, entonces ¿Por qué se ha sufrido baja en ventas, si existe una necesidad latente de viajar que va en incremento? . La OMT refiere que el crecimiento continuará en 2019, pues se mantiene el ritmo sostenible en relación con el año pasado, el Grupo de Expertos de la OMT anticipa que las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerán a un ritmo entre 4% y 5%. Lo que aumenta la demanda de turistas, en los principales destinos del mundo. (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Las agencias de viajes anteriormente eran consideradas como el principal lazo entre los clientes y:

- Las aerolíneas
- Cadenas Hoteleras
- Restaurantes
- Transportistas
- Guías independientes
- Microempresas complementarias.

Actualmente los cambios más significativos en el mercado actual son:

- Cambios en la forma de comercializar productos
- Intromisión de nuevos actores el mercado (Airbnb)
- Cambio cultural que llego de la mano de la masificación de internet

En términos generales, la problemática de las agencias de viajes es:

- Altos costos del petróleo
- Cambio climático
- Globalización
- Nuevas formas de comercialización
- Baja de comisiones a los distribuidores
- Terrorismo internacional

El mercado es cambiante, no es el mismo con relación a 1998, año en que se creó la agencia de viajes, la tecnología vino a cambiar la interacción que se tenía con los clientes, y los proveedores de nuevos servicios, así como aerolíneas más económicas, han sido factores que influyen en la manera directa de viajar de los clientes. Debido a una tendencia mundial las aerolíneas, ahora no comisionan las ventas a través de agencias de viajes, ahora los usuarios pueden adquirir sus boletos directamente en ventanillas, centros comerciales o bien a través de las páginas web.

Problemática de la agencia de viajes

- Nuevas formas de comercialización (Los prestadores de servicios ofrecen directamente sus paquetes a los clientes).
- Baja de comisiones a los distribuidores (Las aerolíneas no comisionan a las agencias de viajes, comenzaron disminuyéndolas, año tras año, actualmente no comisiona por venta al menos en ese rubro)
- Competencia agresiva, las agencias de viajes minoristas ofrecen prácticamente lo mismo una con relación a otra, la distinción radica en el servicio, este último es el que gana la fidelidad de los clientes.

Los factores anteriormente mencionados influyen directamente en la baja de ventas que se han venido manifestando en los últimos 5 años, mismos en que las personas se encuentran inmersas en la tecnología, con Smartphone y aplicaciones que facilitan la compra y adquisición de productos turísticos, sin intermediarios con el objetivo de adquirir paquetes cada vez más económicos.

VARIABLES

La afluencia de visitantes se ha incrementado y según la proyección de la Organización Mundial del Turismo se espera que el número de viajeros aumente este año, bajo este supuesto hipotético, entonces ¿Por qué la agencia de viajes ha disminuido sus ingresos, si el número de viajeros va en aumento?

Variable dependiente: La oferta de la agencia de viajes.

Variable independiente: La demanda de los clientes actuales y clientes potenciales, dentro del mercado actual.

La agencia de viajes sigue operando de la misma manera desde hace años, obedeciendo a la oferta de las agencias de viajes mayoristas, es preciso conocer cuáles son los factores que intervienen para que los clientes elijan realizar sus viajes de determinada manera y saber cuáles son las preferencias de estos, para así determinar la causa de la baja en los ingresos de la agencia de viajes.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las preguntas de investigación van encauzadas a conocer cuál es el estado real del mercado actual, determinando las necesidades reales de los clientes y conocer si la oferta actual se adecua a dichas necesidades.

Pregunta principal

¿Qué factores influyen en el mercado de los adultos mayores para viajar?

Preguntas secundarias

- ¿Cuáles son los motivos de viaje?
- ¿Cómo influye la tecnología en la planeación de un viaje?
- ¿Cuál es la percepción actual de las agencias de viajes?
- ¿Cómo influye el factor económico para la realización de un viaje?
- ¿Cuál es la oferta actual de las agencias de viajes?

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo:

Realizar un análisis de la oferta y demanda, dentro del contexto actual en un periodo de un año Mayo 2018 a Mayo 2019 para identificar las necesidades reales de los clientes, específicamente de los adultos mayores, que permita la realización de una planeación estratégica de negocios y propuesta de mejora, para la captación de este nicho de mercado, conservando la fidelidad de los clientes actuales.

Objetivos específicos:

- Analizar los motivos de viajes de los clientes actuales que permitan conocer los factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en la planeación de un viaje.
- Determinar cómo ha influido la tecnología, para la planeación de un viaje.
- Conocer cuál es la percepción del mercado actual respecto a las agencias de viajes, en el público de la tercera edad.
- Analizar de qué manera influye el factor económico para la planeación de un viaje y que se espera de este.
- Analizar si la oferta de la agencia de viajes se adapta a las necesidades de los clientes.

DISEÑO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y PROPUESTA DE MEJORA PARA LA AGENCIA DE VIAJES FUNTOUR, 2019

CAPITULO 1 TURISMO

El turismo actualmente cobra especial relevancia para los países, su importancia radica en la gran cantidad de beneficios económicos que trae consigo ya que representa una parte importante del PIB, el fenómeno turístico trae consigo una serie de cambios que engloban el desarrollo de la actividad turística como tal, para efectos del presente proyecto es conveniente incluirlo en la presente investigación ya que es ahí en donde se desenvuelve la empresa.

1.1 DEFINICIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo (2005-2007) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Para la Organización Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (1967) El Turismo es la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.

Para de la Oscar de la Torre Padilla (1980) El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar

de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Mientras que para la Secretaria de Turismo (2015) El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

1.2 TURISTA

El Turismo no se podría llevar a cabo sin un actor que hace posible que exista la actividad y este es: el Turista.

El cual, según la Organización Mundial del Turismo (2016) Es un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Mientras que para la Secretaria de Turismo (2015) Es un visitante que pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

CAPITULO 2. OFERTA TURISTICA

La oferta turística es una parte muy importante del turismo, ya que dada la naturaleza del turismo que implica viajar a un lugar distinto del habitual, es necesario que el destino cuente con la oferta turística y este en la capacidad de recibir visitantes.

2.1 DEFINICIÓN

Para Carbacos (2006) es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

Quesada (2007) Define a la oferta Turística como: el conjunto de facilidades que y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.

Mientras que la Organización Mundial del Turismo (1998) define a la oferta turística como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

2.2 CLASIFICACIÓN

Debido a su naturaleza la oferta turística cuenta con su respectiva clasificación.

Para Quesada (2007) La Oferta turística se clasifica en dos tipos:

- La oferta turística básica: Compuesta por aquellos bienes y servicios que tienen carácter exclusivamente turístico. Ejemplos de ella son el alojamiento, agencias de viajes o cruceros.
- La oferta turística complementaria: Compuesta por aquellos bienes que no son exclusivos del turismo, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final. Los deportes, el comercio o carreteras son ejemplos de este tipo de oferta.

2.3 ELEMENTOS

La oferta turística es muy variada y diversa.

Para Carbacos (2006) La oferta turística se compone de:

- La oferta hotelera. Que engloba a todos los servicios de alojamiento.
- Oferta Extra Hotelera. Se refiere al alojamiento no tradicional y con poca regulación.
- Agencias de viajes. Mayoristas y Minoristas
- Ramo Restaurantero, incluye alimentos y bebidas
- Otros: establecimientos de servicios complementarios, como Discotecas o campos de golf, etc.

La Secretaria de Turismo engloba a la oferta turística en 4 sectores:

- Atractivos Turísticos y oferta complementaria
- Servicios y Equipamiento, Prestadores turísticos.
- Industrias y Sectores Proveedores: Incluye a empresas que prestan servicios tanto al turista como a las empresas prestadoras de servicios.
- Infraestructura de apoyo al sector Turismo, se refiere a toda la infraestructura que hace posible que se lleve a cabo la actividad turística.

CAPITULO 3. DEMANDA TURISTICA

El turismo está fundado bajo la dinámica de que el destino atrae una gran cantidad de visitantes, los cuales son denominados como: demanda turística.

3.1 DEFINICIÓN

Según la Secretaría de Turismo (2015) La demanda turística es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

Para Mathienson y Wall (1982) la demanda turística es el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.

Según el diccionario de Turismo y Hotelería (1993) la demanda turística es el conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos.

Para Medlik (1996) la demanda turística está definida en términos del número de turistas.

Mientras que para Fernández González (2006), considera a la demanda turística, la componen los turistas que pagan por los servicios que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte, actividades, visitas) y para sobrevivir (comer y dormir) en ambientes diferentes y extraños; pero ante todo buscan experiencias y utilidades, y esto es lo que compran". En otras palabras, la demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, sueños y deseos del turista.

Todos los autores coinciden en que la demanda turista, la componen los turistas que viajan a determinado destino, con fines de esparcimiento y como consecuencia, estos tienen necesidades que requieren estar cubiertas por el destino. Los turistas pueden ser los reales y potenciales que tengan la necesidad de adquirir productos y/o servicios para satisfacer sus necesidades en el destino en cuestión.

3.2 CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA TURISTICA

Según Rodríguez (2008), la demanda turística se caracteriza por ser:

- a) culturalmente determinada;
- b) cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos;
- c) estar asociada a lugares o puntos de interés individuales.

Rodríguez (2008) refiere que:

a. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.

b. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes.

La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.

c. La demanda está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, etc.

Entonces las características de la demanda turística dependen en gran medida del entorno en que se desenvuelve, tomando en cuenta la cultura del lugar, la estabilidad socio-económica y política en el destino en donde se desarrolla el turismo. Para efectos del presente proyecto, es necesario conocer las características de la demanda turística de los clientes de la agencia de viajes, ya que es a este mercado el que se va a atender.

CAPITULO 4. AGENCIA DE VIAJES

4.1 ANTECEDENTES

Desde la aparición del hombre en tierra, este se ha trasladado de un sitio a otro, sin embargo las agencias de viajes no son tan antiguas como la aparición del hombre. Thomas Cook, fue el pionero en fundar una agencia de viajes el 5 de julio de 1841, él detectó una necesidad en el mercado, la cual debía ser cubierta, inició sus operaciones formalmente en 1845 en lo que actualmente conocemos como tour, organizando excursiones. Cook es formalmente conocido como el primer agente de viajes, que fue adaptando su negocio a las necesidades de los clientes. (ARQUIS, 2012)

En México el nacimiento de las agencias de viajes se remonta al siglo pasado, en 1926 en donde se funda la primer agencia de viajes en la ciudad de viajes, de este evento a la fecha se fueron abriendo cada vez más agencias de viajes, a la par se crea la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV), así como leyes regulatorias del turismo en México, que se han ido modificando al paso de los años (ARQUIS, 2012). Como primer punto es necesario definir: ¿Qué es una agencia de viajes?

4.2 DEFINICION

Algunos autores especialistas en el tema, definen a las agencias de viajes como:

Acerenza (2010) “La agencia de viajes puede conceptualizarse como: una empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y a la venta de servicios sueltos, u organizaciones en paquetes, en carácter de intermediaria entre las empresas llamadas a prestar los servicios y el usuario final, para fines turísticos, comerciales o de cualquier otro tipo”

Para De la Torre (2010) “Agencia de viajes es una empresa con fines de lucro que actúa como agente intermediario activo, entre sujetos de desplazamiento turístico y prestadores de servicios específicos”.

Según la OMT (1998), “las agencias son empresas de servicios y su función principal es la intermediación”; y de allí se deriva una de sus principales funciones: la intermediación.

Para la Secretaria de Turismo “La agencia de viajes es una empresa que concibe, crea, planea, organiza y ejecuta programas de servicio de viajes para el organizador o el cliente en los

que incluye normalmente alojamiento, alimentación, transporte de aproximación y local así como excursiones en sitio y a los alrededores para el grupo de participantes en el evento a petición del cliente; bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales.

Mientras que Foster (1994), indica que es cualquier sitio en donde se vende una o más línea de productos de viajes, se llama agencia de viajes.

Todos los autores coinciden en que la agencia de viajes, es aquella que se especializa en vender servicios y/o productos para viajes, en donde recurren clientes interesados en realizar viajes de cualquier índole, en donde se resalta el papel de “intermediario” entre los clientes y los prestadores de servicios.

4.3 CARACTERISTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Desde su surgimiento a la fecha las agencias de viajes han evolucionado a la par que el mercado lo demande, de ahí surge la especialización de las agencias de viajes, las cuales según De la Torre (2010) Se clasifica en: Operadoras, Mayoristas y Minoristas.

Las Operadoras son agencias muy parecidas a las mayoristas (que estudiaras más adelante) se encargan de organizar, elaborar y ofrecer toda clase de productos de los prestadores de servicios para ofrecer a sus clientes. Operan sus propios programas y son dueñas de por lo menos uno de los servicios que ofrecen, o en su defecto, subcontratan estos servicios y los ofrecen como suyos (De la Torre, 2010).

Las agencias Mayoristas son agencias de viajes encargadas de organizar, elaborar y ofrecer toda clase de productos de los prestadores de servicios de manera individual y que ellas estructuran en función de las necesidades del cliente, para poderse los ofrecer. Sus clientes son las agencias minoristas o bien el cliente final, y comisionan sobre las ventas de los minoristas (De la Torre, 2010).

Las agencias de viajes minoristas son las encargadas de comercializar el producto de los mayoristas y de las operadoras, ofreciendo y vendiendo directamente al cliente final. Los minoristas terminan el proceso de intermediación entre los prestadores de servicios y clientes finales (De la Torre, 2010). En el presente proyecto, se aborda lo correspondiente a la agencia de viaje minorista.

CAPITULO 5. COMPETITIVIDAD

Como ya se ha mencionado el mercado cambia constantemente, por lo que las empresas deben mantener un imperativo competitivo, es decir se debe planificar las estrategias de marketing que permitan adaptarse a dichos cambios en los clientes, lo que hace necesario que la agencia de viajes profesionalice su gestión de servicios, haciendo énfasis en la detección de las necesidades de los clientes y buscando siempre la satisfacción de estas.

5.1 DEFINICIÓN

Actualmente el ramo empresarial debe mantenerse competitivo en el mercado, para ello es necesario implementar estrategias que permitan a la empresa mantenerse en el gusto y preferencia de los clientes, por tanto es necesario analizar el concepto de competitividad, como

parte de la planeación estratégica que se pretende implementar, diversos autores han definido la competitividad, según:

Michael Porter (1998) Define a la competitividad como el grado en que un país, estado, región o empresa produce bienes o servicios bajo condiciones de libre mercado, enfrentado la competencia de los mercados nacionales o internacionales, mejorando simultáneamente los ingresos reales de sus empleados y consecuentemente la productividad de sus empresas.

Ten Kate (1995) Menciona que la competitividad comercial es la capacidad de un país para competir eficazmente con la oferta extranjera de bienes y servicios en los mercados doméstico y extranjero.

David Romo (2005) Detalla que la competitividad como la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios.

Secretaria de Comercio (2006) Mientras que para esta dependencia la competitividad es la capacidad de mantener la fortaleza y rentabilidad y participación en los mercados.

Por su parte Valietti Pérez Bengochea (2011) delimita a la competitividad es la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socioeconómico en que actúan.

Finalmente para Aragón y Rubio (2005) la competitividad es puntualizada como la capacidad para lograr una mejor posición en el mercado en relación con los demás competidores de su sector, obteniendo buenos resultados de un modo sostenible en el tiempo.

5.2 RELEVANCIA

Es por ello que en el intento de hacer una decisión con todas ellas, se observa un común entre dichos autores coinciden en un posicionamiento en el mercado que le permite mejorar sus ingresos, y permanecer en el gusto y preferencia de los clientes a lo largo del tiempo.

5.3 ELEMENTOS DE LA COMPETITIVIDAD

Porter (1998) Afirma que la competitividad está determinada por la productividad que es la capacidad de crecimiento que tiene una empresa, tomando en cuenta los recursos que esta posee.

La productividad es un elemento que comprende a la competitividad y en si misma implica la mejora en los procesos, eficiencia, eficacia, ahorro de tiempo y el alcance de objetivos con calidad, esto trae consigo grandes beneficios para la sociedad en la que la empresa se desenvuelve.

Otro elemento de la competitividad es la rentabilidad, la cual según Sánchez, J. (2002) es la medida de rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo, lo que supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori”.

Ahora se tiene que estos elementos empresariales: competitividad, productividad y rentabilidad dan como resultado una empresa altamente competitiva y rentable, que responde a las necesidades del mercado actual, para lograr esto las empresas deben ejecutar estrategias que permitan el alcance de objetivos a través de estas.

CAPITULO 6. LA VENTAJA COMPETITIVA

6.1 DEFINICIÓN

Sería importante mencionar que la competitividad tiene como elemento clave la ventaja competitiva, pero ¿Qué es una ventaja competitiva?

De acuerdo con Vera, M (2006) una ventaja competitiva se define como “Las características o atributos que posee un producto o una marca que le da cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos, la ventaja competitiva supone una habilidad o destreza especial desarrollada por la empresa que la coloca en una posición de preferencia en el mercado. Una empresa competitiva es aquella que ofrece beneficios sostenidos a todos sus interesados, es decir, a sus accionistas, a sus clientes, al personal y a la sociedad en general. Serán triunfadoras aquellas empresas que sean capaces de producir un proceso de innovación tecnológica con calidad y dinamismo, cuando tenga capacidad y recursos para proporcionar un valor superior al cliente, su producto sea difícil de imitar y sea capaz de múltiples aplicaciones.

Michael Porter (1987) afirma que: la ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los

compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, se puede afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos se debe utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”.

6.2 ESTRATEGIAS PARA CREAR LA VENTAJA COMPETITIVA

Porter (1987) en un intento de ir más allá plantea tres estrategias para lograr una ventaja competitiva:

- Liderazgo en costos: Que consiste en ofrecer un precio más bajo que los competidores, sin sacrificar la calidad en el servicio.
- La diferenciación: Que consiste en posicionar un producto y/o servicio como único en el mercado, que precisamente la gente diferencie de otros. Esto requiere un arduo estudio y análisis de mercado.
- El enfoque: Las empresas se centran en un nicho de mercado específico, siendo este el principal objetivo, satisfacer las necesidades del mercado meta.

Partiendo desde el punto de vista de las definiciones anteriores se tiene que la ventaja competitiva hace que las empresas precisamente sean competitivas y generen rentabilidad, el concepto no es aislado pues implica dos enfoques el interno y externo. Ya que las empresas no se desenvuelven en un entorno aislado, forman parte de un contexto social, económico, político

y ambiental, estos elementos vienen a conformar el enfoque externo, en cuanto al enfoque interno, tiene que ver con todas las herramientas materiales y de gestión administrativa con las que cuenta la empresa, para el alcance de objetivos.

Hasta este punto se entiende que la planeación estratégica va ligada al término de competitividad y ventaja competitiva en la medida que es realmente la razón de ser de la planeación estratégica.

Para Fred (2013) La ventaja competitiva es todo lo que una empresa hace especialmente bien en comparación con empresas rivales, es decir que cuando una empresa hace algo que las empresas rivales no hacen, o tienen algo que las rivales desean, eso representa una ventaja competitiva. La cual es clave en el proceso de planeación estratégica, pues es fundamental para lograr el éxito del proyecto.

CAPITULO 7. LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA

7.1 DEFINICIÓN

La planeación forma parte del proceso administrativo, es en realidad la primera etapa del proceso y es el punto de partida para llevar a cabo un análisis interno y externo de la empresa que va a permitir a la empresa llegar a los objetivos que previamente se han planteado.

La planeación estratégica según Fred (2013) es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos.

Según Fernández (2004) La planeación estratégica nos indica las acciones a emprender para conseguir los fines, teniendo en cuenta la posición competitiva relativa, y las previsiones e hipótesis sobre el futuro.

Para Amaya (2005) Es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtiene, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación, presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento hacia el futuro.

Mientras tanto para Rodríguez (2005) Es el conjunto de planes integrales de una organización que normaran el comportamiento futuro de la misma.

7.2 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Las estrategias empresariales las define Fernández, A (2012) como la “forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos o un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa”.

7.3 ELEMENTOS DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

La estrategia empresarial se compone de los siguientes elementos:

Elementos externos:

- Medios para hacer que la empresa sea efectiva y competitiva en el mercado.
- Detección de necesidades, selección de segmentos de mercado, diseño de productos y servicios, establecimiento de planes de acción, tendencias del mercado, cambios económicos, políticos y/o sociales, entre otros.

Elementos internos:

- Organización de los recursos de la empresa para mantener e incrementar la ventaja competitiva
- Creación e innovación de productos y servicios, optimización de la comercialización de estos productos y/o servicios.

7.4. IMPORTANCIA

El turismo implica una importante fuente de ingresos para un país, y no se encuentra exento de la competencia internacional, de ello deriva la necesidad de crear estrategias empresariales que permitan a las empresas turísticas adaptarse a las tendencias del mercado actual, a través del análisis e implementación de alguna ventaja competitiva que permita a las empresas alcanzar los objetivos empresariales fijados.

Para que una empresa permanezca en el mercado, esta debe ser competitiva, para ello deberá ser eficiente, rentable y productiva, por lo que es necesario el análisis del entorno interno y externo de la empresa, con base al análisis de estos factores se realiza la planeación estratégica, cuyo propósito final es alcanzar y conservar la ventaja competitiva, que hará que los clientes elijan algún negocio por encima de otro.

RECURSOS

Se van a optimizar los recursos con los que ya cuenta la empresa, de tal manera que se incremente al máximo las cualidades que tiene la empresa, para la ejecución del presente proyecto, intervienen los siguientes elementos:

RECURSOS HUMANOS

- Agente de viajes, cuenta con la experiencia necesaria para la planeación de los viajes y de carácter permanente en la agencia de viajes.
- Agente de viajes con mayor presencia en redes sociales y ocasionalmente fuera de la agencia, que oferte nuevos y atractivos paquetes turísticos.

RECURSOS MATERIALES

- Computadora con acceso a internet
- Smartphone, con plan de acceso a redes sociales e internet.
- Publicidad electrónica y física.
- Teléfono

RECURSOS FINANCIEROS

La agencia de viajes FunTour, cuenta con todos los requerimientos necesarios para que su operación se lleve a cabo de manera eficiente, es decir que para la ejecución del presente proyecto no es necesaria una inversión extra. Es importante resaltar que, derivado de la línea de investigación, lo que se pretende es implementar un proyecto que no devenga en costos extras de carácter monetario para la agencia.

METODOLOGÍA

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo principal del presente trabajo es el Diseño de una planeación estratégica y propuesta de mejora para la agencia de viajes FunTour, como primer punto es necesario conocer cuáles son los gustos, preferencias y necesidades del mercado actual, para lo cual con apoyo del Ing. Jorge Armando López Flores, se implementarán una serie de encuestas con base a la cartera de clientes de la tercera edad de la agencia. El periodo para realizar dicha investigación de mercado, es de dos semanas. Debido a que la presencia de las personas en la agencia es esporádica, la aplicación de encuestas será por medio telefónico. El vaciado de información será posteriormente graficado y así pueda ser interpretado y analizado, esta prueba piloto permitirá conocer las motivaciones reales de los clientes actuales de la agencia de viajes y de esta manera determinar las necesidades de la demanda a la fecha, para identificar su forma actual de viajar y así poder implementar las estrategias necesarias para realizar la planeación estratégica y propuesta de mejora. Dadas las características de la investigación en lo referente a la recolección de información esta tiene un diseño documental y precisamente se trata de conocer un fenómeno contemporáneo transaccional pues se busca obtener información de mercado reciente.

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La relevancia de la investigación consiste en analizar la información obtenida y con base a esta se puedan diseñar estrategias, para crear la planeación estratégica de la empresa. La problemática planteada reza que se han sufrido bajas en ventas a partir del año 2014. En relación al objetivo general interviene el análisis de los factores extrínsecos e intrínsecos, la tecnología y

el factor económico que intervienen en el ¿Cómo? Viajan los clientes actualmente, para de esta manera determinar la tendencia de mercado actual, fundamento principal de la planeación estratégica.

TIPO ESTUDIO

La estrategia metodológica consta de dos etapas: la primera de enfoque cuantitativo y la segunda de enfoque cualitativo, en una primera etapa se aplicarán encuestas en donde se identifique la percepción que tiene el cliente actual de la agencia de viajes, conocer si últimamente ha viajado, sus motivos, así como los medios para llevar a cabo el viaje, y con ello describir a detalle cual es la oferta actual de la agencia, involucrando a las dos variables del problema de investigación, que son la oferta y demanda.

En la segunda etapa se aplicarán una serie de herramientas cualitativas y sistemáticas para la recogida de información, y de esta manera conocer los indicadores de la agencia de viajes FunTour. Con los resultados del estudio, se pretende conocer, analizar, registrar e interpretar las tendencias del mercado actual en cuanto a los clientes de FunTour y las personas de tercera edad de León Guanajuato, y poder identificar tanto gustos como preferencias de los clientes, y que influencia han recibido estos en la compra de paquetes turísticos, así como explorar el interés por un nuevo tipo de paquete turístico especializado, que cubra las expectativas de los adultos en plenitud. .

NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación se realiza bajo el enfoque descriptivo, pues busca una explicación de la situación del mercado actual de la agencia de viajes.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La población de estudio consta de la cartera de clientes de la agencia de viajes FunTour, dicha población consta de 20 elementos muestrales, basados en el objetivo general que es el análisis de la oferta y demanda actual, se van a aplicar una serie de 20 encuestas, con preguntas cerradas.

Estas preguntas van a permitir conocer cuál es la tendencia del mercado actual, en relación a la elección de la oferta de la agencia de viajes. Se utiliza este tipo de encuesta basado en la necesidad de realizar un diagnóstico de mercado, de los clientes de la agencia de viajes FunTour.

MUESTRA

Muestra probabilística, se pretende realizar estimaciones de las variables de la población, los elementos muestrales tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

Las encuestas serán aplicadas a 20 clientes* de un año a la fecha.

*Anexo 1. Encuesta al cliente FunTour.

TIPO DE MUESTREO

Muestreo aleatorio simple: Es conveniente porque es aplicable a una población pequeña, de fácil y simple aplicación.

Población N: 21

Error: 5%

Nivel de Confianza: 95%

Tamaño de la muestra: 20

Formula = $Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$

Z = Nivel de confianza (95% o 99%)

p = .5

c = Margen de error (.04 = ±4)

APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

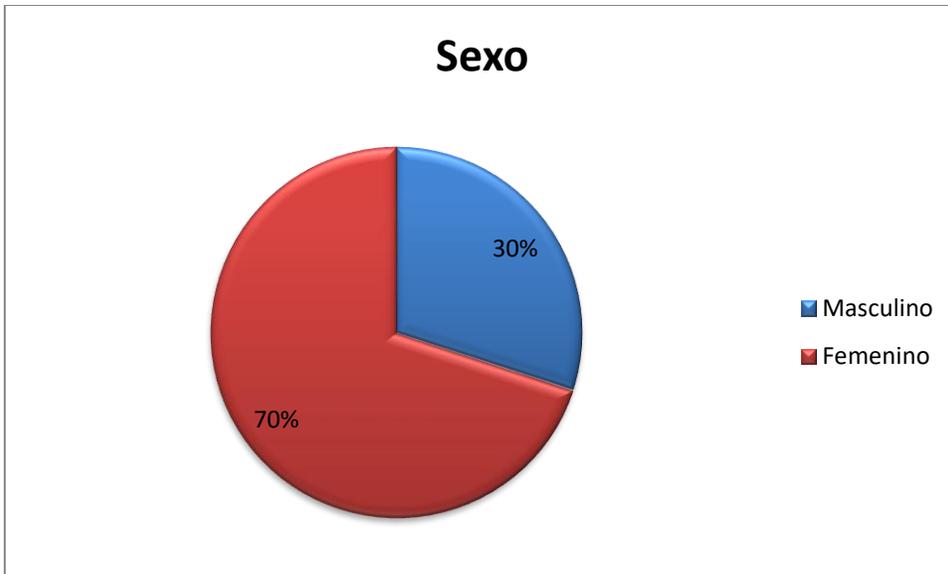
La encuesta consta de 5 preguntas cerradas para determinar los hábitos, costumbres, motivación extrínseca e intrínseca para viajar, percepción de los servicios de la agencia, destinos preferidos, el medio publicitario preferido para la elección de un destino y servicios especializados

para personas de la tercera edad. Será aplicada a 20 personas elegidas de manera aleatoria, por medio telefónico.

Encuesta al cliente			
Nombre:	<input type="text"/>	Fecha:	<input type="text"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F
Tipo de viaje:	<input type="checkbox"/> Placer <input type="checkbox"/> Negocios	Edad:	<input type="text"/>
Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.			
a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="checkbox"/> Economía	<input type="checkbox"/> Disponibilidad	<input type="checkbox"/> Tiempo <input type="checkbox"/> Otro
b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="checkbox"/> Sol y playa	<input type="checkbox"/> Culturales	<input type="checkbox"/> Eventos <input type="checkbox"/> Otros
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Redes sociales	<input type="checkbox"/> Recomendación <input type="checkbox"/> Otros
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Algunas veces
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Algunas veces
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Tal vez

ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

El 70% de los encuestados son del sexo femenino, mientras que el 30% son de sexo masculino.

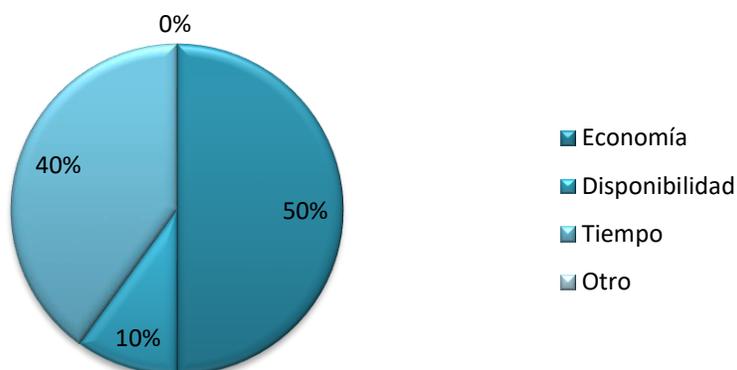


El 100% de los encuestados viajan por motivos de placer.



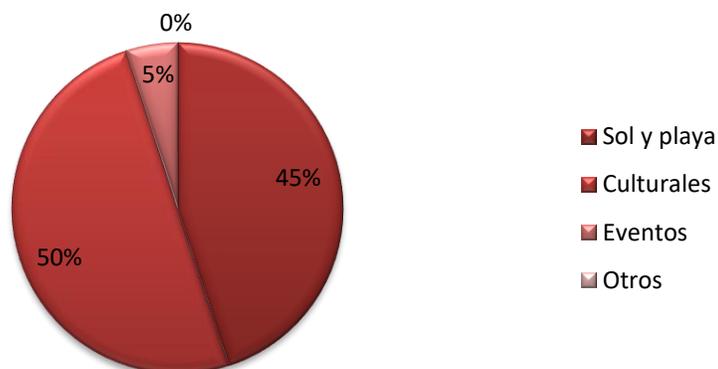
El 50% de los entrevistados eligen sus paquetes turísticos con base a sus posibilidades económicas, el 40% adquiere paquetes con base al tiempo que tengan disponible, mientras que el 10% elige el destino con base a la disponibilidad en el destino turístico.

¿Que factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?



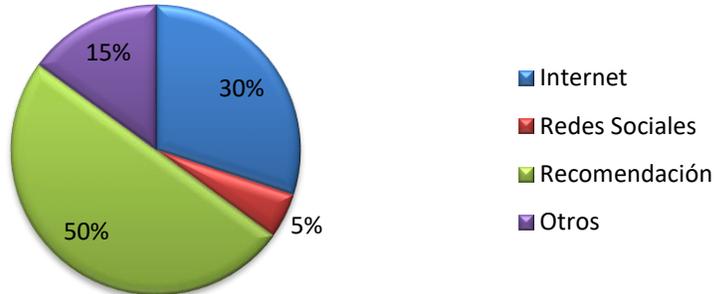
El 50% de los entrevistados prefiere destinos de culturales, mientras que el 45% prefieren destinos de sol y playa, solo el 5% viaja por motivo de asistir a algún evento.

¿Que destinos prefiere cuando acude a una agencia de viajes?



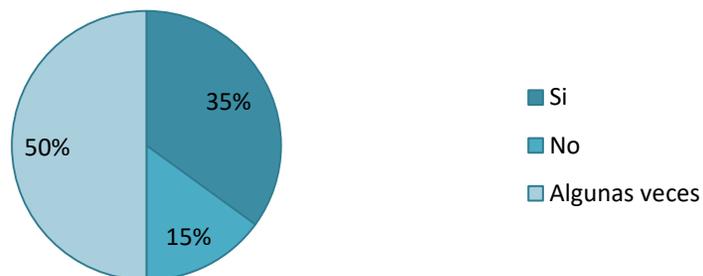
El 50% de los entrevistados, eligen su destino con base a recomendaciones de amigos, familiares o conocidos, un 30% elige el destino con base a referencias de internet, mientras que solo el 1% elige, el destino tomando como referencia redes sociales, principalmente Facebook.

¿A través de que medios se informa para la elección de un viaje?

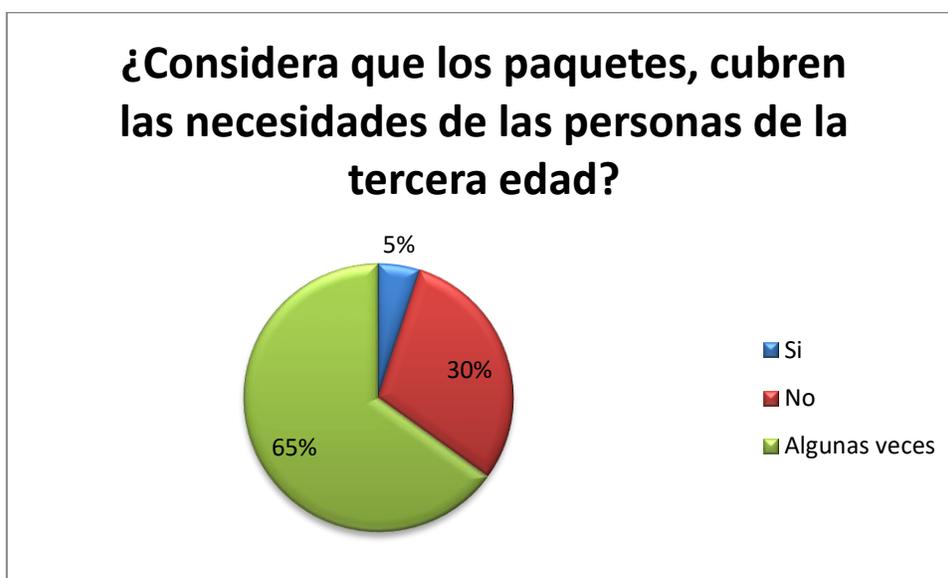


En lo relativo a si los paquetes cubren las necesidades de los clientes, el 50% de los entrevistados refieren que los paquetes ofertados en la agencia cubren sus necesidades, el 35% manifiesta que solamente algunas veces se cumplen sus necesidades, ya que buscan accesibilidad en destinos y mayor cobertura de destinos, mientras que solamente un 15% refiere que la oferta no se adecua a sus necesidades, debido principalmente a motivos económicos.

Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

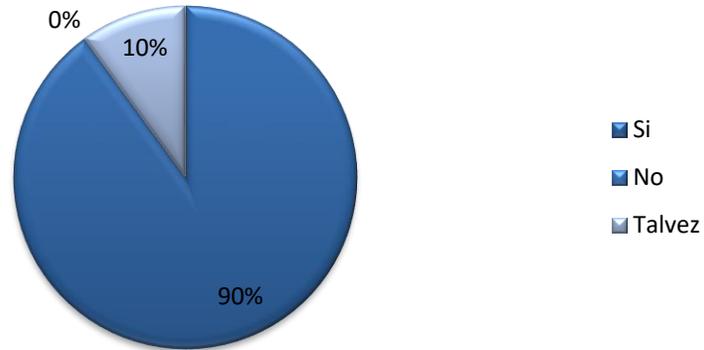


El 65% de los entrevistados consideran que solamente algunas veces se cubren las necesidades de las personas de la tercera edad que adquieren los viajes, el 30% considera que los paquetes turísticos no cubren las necesidades de los clientes de la tercera edad, debido a que los paquetes son para todo tipo de público, mientras que solo el 1% considera que los paquetes si cubren las expectativas de este mercado.



Al 90% de los entrevistados, les gustaría que se ofrezcan paquetes accesibles y especializados para personas de la tercera edad. Mientras que solo al 10% piensan que tal vez la agencia deba ofertar este tipo de paquetes.

¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?



ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se entrevistaron a 20 clientes de la agencia de viajes FunTour, cuyas edades oscilan entre los 58 y 68 años de edad. Del total de los entrevistados el 70% son mujeres, mientras que solo

el 3% son hombres. También se denota que el 100% de los clientes, adquirieron un paquete turístico o viaja por motivos de esparcimiento, es decir que de un año a la fecha, los clientes de FunTour, viajan por placer y no por trabajo.

FunTour es una agencia minorista que oferta paquetes de otras agencias mayoristas y operadoras, en esa medida es que lleva al público sus paquetes. De esta información deriva que el 50% de los entrevistados adquieren los paquetes con base a su situación económica. En un 40% con base al tiempo que tengan disponible y en un 10% a la disponibilidad en el destino, esto quiere decir que si bien el factor económico es importante para viajar, también lo es la disponibilidad de tiempo, lo que abre una brecha para ofertar nuevos paquetes turísticos accesibles en distintas temporadas.

En un 50% de los encuestados prefieren viajar a destinos culturales, urbes o pueblos mágicos, en donde se pueda pasear, conocer museos, paisajes y se pueda probar la gastronomía local. En un 45% de los entrevistados gustan de destino de sol y playa, algunos refieren que eligen este tipo de destinos para ir en familia y que todos los miembros encuentren actividades que hacer, en la agencia el gerente refiere que los paquetes que adquieren para ir a la playa suelen ser para familias.

Un 50% de los encuestados eligen el destino en los viajes, con base a recomendaciones de amigos o familiares que ya visitaron el destino. En un 30% buscan como referencia en internet, que gracias al uso de Smartphone, los clientes tienen acceso a más información y pueden decidir con base a ello. Un 15% refirió como otros el medio informativo, pues que ubican a la agencia de viajes como medio informativo o radio. En una mejor medida 5% los clientes de FunTour se

informan en redes sociales, es decir este es el medio menos concurrido para llegar al mercado de los adultos mayores.

En cuanto a si la oferta de la agencia de viajes se adecua a sus necesidades, el 50% de los encuestados dicen que algunas veces, pues piensan que tal vez haya falta una mayor variedad de destinos, que abarquen conocer lo más que se pueda del lugar, un 35% dice que los paquetes si se adecuan a sus necesidades y en una menor medida el 15% refiere que no se adecuan a sus necesidades, sobre todo por el factor económico, viajan una vez que ahorren o bien cuando terminen de pagar los cargos si es que se pagó por medio de tarjeta de crédito.

En lo relativo a si los paquetes cubren las necesidades de las personas de la tercera edad, el 65% refieren que algunas veces, esto debido a que si bien los paquetes suelen ser sumamente cómodos, en autobús de lujo o avión, y hoteles de excelencia, con comida tipo buffet, el costo no es precisamente barato y se tiende a monopolizar el tiempo pues se pasa la mayoría en el hotel, el 30% menciona que los paquetes no están adaptados a las personas de la tercera edad, mencionan que les gustaría un tipo de servicio más especializado y adaptado a los adultos mayores. El 5% de los entrevistados dice que si se adecua a las necesidades de este nicho de mercado.

El 90% refiere que su les gustaría que la agencia oferte paquetes para adultos mayores, que abarquen un mayor número de atractivos en determinado destino, a precios accesibles y un 10% refiere que tal vez, fundados en la idea de que la agencia ya ofrece buenos paquetes vacacionales y no les hace falta mejoría.

De los resultados obtenidos se deduce que si la agencia de viajes ofertara viajes más económicos, que puedan abarcar un mayor número de destinos, se pueden incrementar las ventas y atraer nuevos clientes potenciales, que están adquiriendo paquetes turísticos para viajar, por ello es fundamental guiar la planeación estratégica hacia este sentido, en donde se abran nuevas puertas a mercados, creando alianzas con otras agencias locales, de tal manera que se puedan ofrecer nuevos paquetes turísticos, al alcance de todos.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTO TERMINAL 1

BLOQUE 1

Cronograma de actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio

Con base a los resultados obtenidos, se obtiene que el nicho a atraer a la agencia de viajes sean mujeres mayores de 59 años, para lo cual la planeación estratégica será enfocada en este sector. Por otro lado los precios son un determinante para compra o no un paquete turístico, y estos prefieren destinos culturales, cuyos destinos son recomendados por otras personas, es en este sentido que se deben crear las estrategias para llegar al mercado meta.

El nicho de mercado, de la tercera edad refiere que le gustaría tener más alternativas de destinos y precios en la agencia de viajes, en donde se pueda abarcar una mayor variedad de destinos y se puedan conocer un mayor número de atractivos en un solo viaje aprovechándolo al máximo.

Objetivos y estrategias de apoyo

Objetivo 1: Apertura a nuevos y accesibles paquetes turísticos.

Estrategia: Integración vertical primaria. Se incorporan al negocio nuevos paquetes turísticos, como apoyo a los que ya están existentes para atraer más clientes de la tercera edad.

Tiempo de realización: 3 meses

Objetivo 2: Optimización de recursos.

Estrategia: Indecisión. Optimización y ahorro de recursos, mejorar opciones de pago

Tiempo de realización: 3 meses

Objetivo 3: Aumentar participación en el mercado.

Estrategia: Penetración de mercado. Incrementar la participación de mercado de FunTour, a través de las alianzas y publicidad.

Tiempo de realización: 3 meses

Para la medición del alcance de objetivos, es necesario realizar una segunda encuesta a los clientes actuales y nuevos, de tal manera que se pueda conocer si los nuevos paquetes turísticos se adaptan a las necesidades de este nicho de mercado, a través de encuestas de satisfacción. Aplicadas a dos meses de que se ejecute el presente plan de acción.

ALCANCES

El presente proyecto tiene como finalidad crear una planeación estratégica que permita incrementar las ventas de la agencia de viajes FunTour, la definición de objetivos y estrategias va proporcionar nuevas pautas para ofertar paquetes turísticos, especializados para personas de la tercera edad, la cual será precisamente la ventaja competitiva de la agencia de viajes. La creación de políticas y manual de procedimientos, incrementara la productividad en la agencia y de esta manera proporcionar un mejor servicio al cliente.

LIMITACIONES

- Resistencia al cambio
- Paquetes más económicos suelen dar comisiones más bajas.

- Que los aliados no estén preparados para operar, bajo la modalidad de comisión a minoristas.

RECURSOS MENSUALES PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO

RECURSOS	ALUMNO	EMPRESA	TOTAL
Humanos			
Agente de ventas		\$6000.00	\$6000.00
Gerente		\$10000.00	\$10000.00
Financieros			
Transporte	\$440.00		\$440.00
Materiales			
Computadora	\$3000.00	-	\$3000.00
Celular	\$2500.00	-	\$2500.00
Papelería	-	\$150.00	\$150.00
Tecnológicos			
Internet		\$500.00	\$500.00
TOTAL	\$5940.00	\$16650.00	\$22590.00

Nota: Los recursos proporcionados por la empresa, implica gastos que ya tiene, la aportación por parte del alumno es el traslado a la agencia, computadora y celular de uso personal para ser utilizado en la agencia de viajes.

RESULTADOS ESPERADOS:

Incrementar las ventas de la agencia de viajes, utilizando productos gancho (paquetes más económicos, dirigidos a los adultos mayores). Para la medición del alcance de objetivos, es necesario realizar una segunda encuesta a los clientes actuales y nuevos, de tal manera que se pueda conocer si los nuevos paquetes turísticos se adaptan a las necesidades de este nicho de mercado, a través de encuestas de satisfacción.

EJECUCION DEL PROYECTO

Aspectos Generales de la empresa



FunTour S.A de C.V, es una sociedad conformada actualmente por dos socios, el Ing. Jorge Armando López Flores y el C.P. Gonzalo de Jesús Padrón Duran, actualmente la agencia es atendida directamente por el Ing. Jorge López,, en un horario de 11:00 a.m. a 2:00 p.m. y de 5:00 a 7:00, el cierre se puede aplazar hasta las 8:00 o 9:00 p.m. si alguno de los clientes tiene cita.

Desde su fundación la agencia ha buscado la superación continua, en 2012 con apoyo del “Programa Nacional de Consultoría Moderniza” de sostenimiento federal, proporcionado por la

Secretaria de Turismo, ganándole a la agencia el distintivo M, se crearon estrategias para promover la competitividad de la agencia de viajes, a través de capacitaciones constantes.

El gerente refiere que la comercialización de los paquetes actualmente en la agencia de viajes ha cambiado mucho, pues los clientes se informan a través de otros medios distintos a la agencia de viajes, medios como: Whatsapp, Facebook e Internet, en últimas fechas han servido como puente para llegar al cliente final quien acude a la agencia únicamente a gestionar el pago y recoger los respectivos comprobantes de pago, para poder realizar sus viajes.

Los clientes de FunTour, reciben regalos o atenciones por parte del gerente Jorge López, quien se encarga de dar a los clientes: detalles por haber adquirido los productos de la agencia. Como esta carretilla artesanal, regalada a los clientes por haber adquirido algún paquete turístico en diciembre 2018.

Artesanía



Fuente: Elaboración propia

Cuenta además con la certificación IATA (INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION), la cual les fue proporcionada a los dos años de la apertura.

La capacitación es una constante para el agente de viajes Jorge López, quien acude a las capacitaciones proporcionadas por los mayoristas con la intención de mejorar la calidad en el servicio y poder de esta manera ofertar a los clientes los mejores paquetes.



Capacitación Playas
Pacífico Mexicano



Capacitación
Puerto Vallarta



Capacitación
Destino San Diego

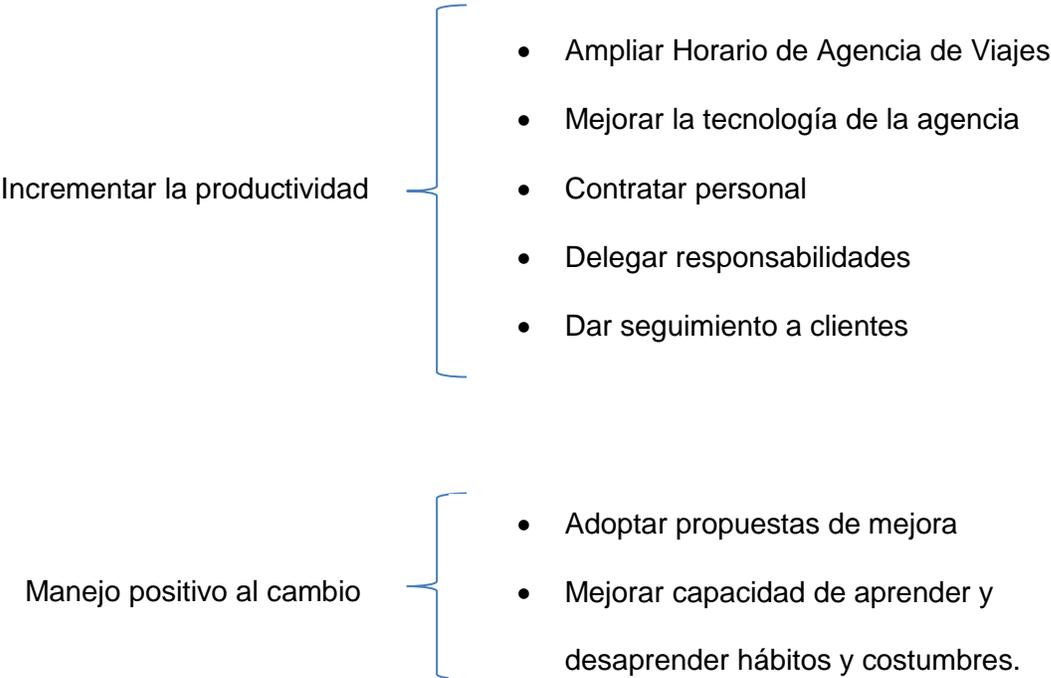
Matriz

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventaja competitiva innovadora. • Mercado meta en expansión. • Especialización del servicio. • Fácil adaptabilidad • Aumento en la rentabilidad. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puede demorar en despegar. • Ubicación estratégica de las agencias de viajes.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos canales de comunicación con el cliente. • Aumento en el uso de Smartphone. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia agresiva de ofertas emergentes. • Mala situación económica.

<ul style="list-style-type: none"> • Demanda de destinos culturales en aumento. • Programa de pueblos mágicos. • Preferencias a adultos en plenitud. 	<ul style="list-style-type: none"> • Destinos no adaptados a las necesidades del mercado – meta.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

El análisis FODA muestra que la propuesta de mejora aplicada a adultos en plenitud tiene muchas posibilidades de éxito, debido a que existen factores externos que pueden ayudar a la estrategia de negocios, como la tendencia actual de viajar y el programa de Pueblos Mágicos de la SECTUR, las áreas de oportunidad pueden mejorarse en la medida que se ejecute el modelo de negocios, de tal manera que se adapte a las necesidades de los clientes, y puedan implementarse mejoras en la medida que estas se requieran.

Áreas de oportunidad



Evaluación de servicio

- Las encuestas de servicio deben ser aplicadas permanentemente.
- Análisis de indicadores.

Detección de necesidades

Actualmente las características generales del mercado son las siguientes:

Turistas nacionales

Personas que viajan: Familiar (Promedio 4 personas)

Edades adultos: 50 – 60 años

Edades menores: 5 – 15 años

Destino: Sol y playa

1. Puerto Vallarta
2. Nuevo Vallarta
3. Cancún
4. Ixtapa
5. Los Cabos
6. Mazatlán
7. Acapulco

8. Manzanillo

9. Tenacatita

En Plan todo incluido, el pago lo realizan con tarjeta de crédito en su mayoría y en segunda instancia pagan en efectivo.

Turistas nacionales que viajan al extranjero

Generalmente se trata de adultos que viajan en pareja sin hijos, en una edad promedio de 55 a 65 años.

Los destinos preferidos por ellos son:

1. Estados Unidos

2. Canadá

3. Europa

4. Sudamérica

5. Asia

Los paquetes internacionales solo incluyen Hotel más vuelo. Y los pagos los realizan con tarjeta de crédito. De ello se concluye que es más el número de turistas internos, mexicanos que prefieren el destino de sol y playa, para pasar tiempo con la familia, en un plan de descanso que les incluya todos los servicios. Sin embargo derivado de la propuesta de mejora del presente proyecto, los adultos mayores que acuden a la agencia de viajes, prefieren destinos culturales.

Mapa de empatía

<p>¿Qué piensa, que siente?</p> <p>Pasar tiempo con la familia, para convivir en un Entorno fuera de la rutina y crear lazos</p>	
<p>¿Qué oye?</p> <p>La elección de un destino Desconocido, se ve influenciada Por otras personas que ya han ido. También se oye las Opiniones de la Familia</p>	<p>¿Qué ve?</p> <p>Las personas que van a la playa se ven felices y relajadas. Los amigos pueden recomendar sitios o servir como Referencia.</p>
<p>¿Qué dice y hace?</p> <p>Más fuertes</p> <p>Comenta con las personas la intención de ir a la Playa, sin embargo analiza sus opciones, como precio, disponibilidad...</p>	
<p>Esfuerzos</p> <p>Miedo al costo, al que no se cumplan las expectativas que no cumpla lo estipulado en la agencia de viajes, a sufrir robos, o a la inseguridad tanto en el origen como en el destino.</p> <p>Obstáculos: No tener liquidez para sufragar los gastos después del viaje, Inseguridad en el país.</p>	<p>Resultados</p> <p>Pasar tiempo de calidad con la familia, crear lazos de armonía en un entorno distinto al cotidiano. El éxito del viaje se mide en la medida que se alcanza la satisfacción del cliente.</p> <p>Obstáculos: La percepción es subjetiva y puede no ser congruente con la realidad.</p>

Fuente: Elaboración propia

Lienzo de propuesta de valor

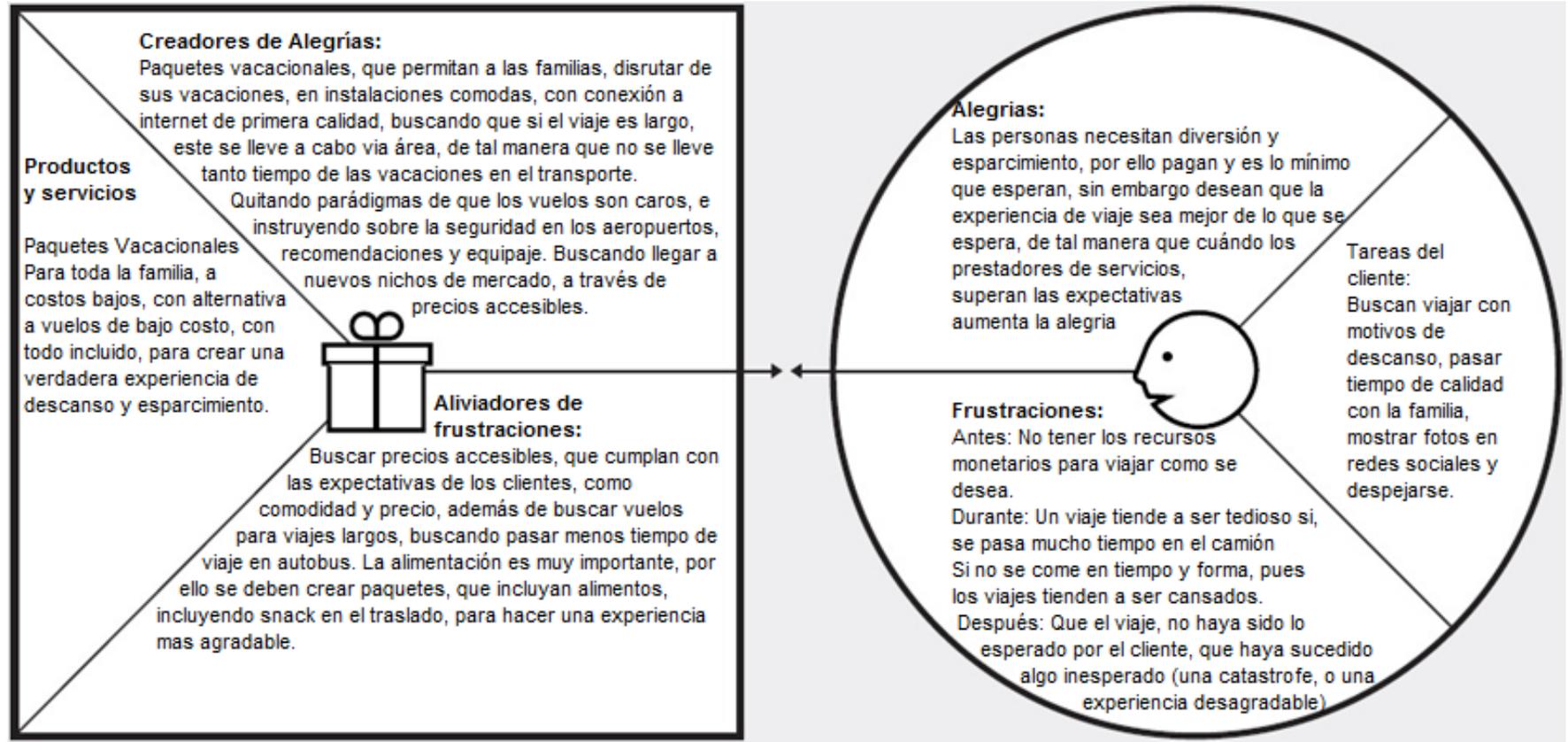
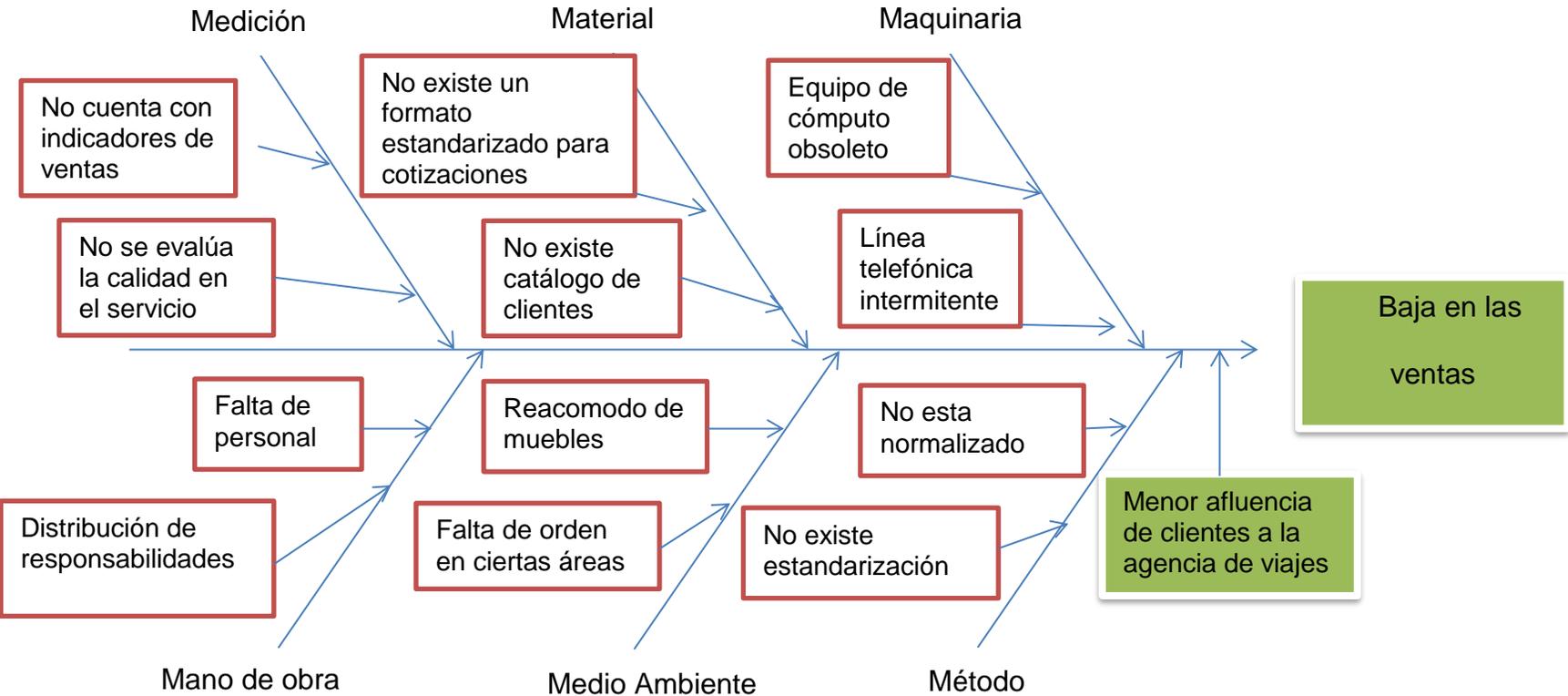


Diagrama de Ishikawa



PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVO GENERAL: Establecer la planeación estratégica y propuesta de mejora para la agencia de viajes FunTour.

Objetivo específico:

1. Elaborar Marco filosófico, organigrama y perfil de puestos.

Acciones a realizar:

- Realizar una entrevista a gerente. (1 día)
- Creación del marco filosófico (1 días)
- Creación de perfil de requisitos (1 días)
- Elaboración de organigrama (2 días)

Personas que participan: Gerente, responsable del proyecto.

Instrumento de recolección: Entrevista

Objetivo específico:

2. Establecimiento de objetivos y estrategias

Acciones por realizar

- Formulación de objetivos y estrategias para alcanzar los objetivos basados en entrevista con gerente de la agencia de viajes (5 días)

Personas que participan: Gerente, responsable del proyecto.

Instrumento de recolección: Entrevista

Objetivo específico:

3. Estandarización de procesos y elaboración de reglamento interno

Acciones a realizar:

- Entrevista a gerente de actividades realizadas (1 día).
- Estandarizar procesos (3 días)
- Creación de reglamento interno de la empresa (2 días)

Personas que participan: gerente, responsable del proyecto.

Instrumento de recolección: Entrevista

Objetivo específico:

4. Dar a conocer la planeación estratégica.

Acciones a realizar:

- Elaborar el marco filosófico para que pueda ser exhibido en la agencia de viajes.
- Dar a conocer toda la planeación, así como implementar las estrategias para la propuesta de mejora con ayuda del gerente.

Personas que participan: Gerente, responsable del proyecto.

Diagnóstico situacional

FunTour, se encuentra dentro de una etapa de madurez en la industria, tiene más de 20 años en el mercado y se encuentra perfectamente posicionado en relación a sus competidores, actualmente cuenta con la fidelidad de sus clientes actuales, mismos que recomiendan la agencia, los paquetes turísticos que más se venden más actualmente, siguen siendo los paquetes familiares, con destino de sol y playa.

De acuerdo a la siguiente:

Matriz de posición competitiva

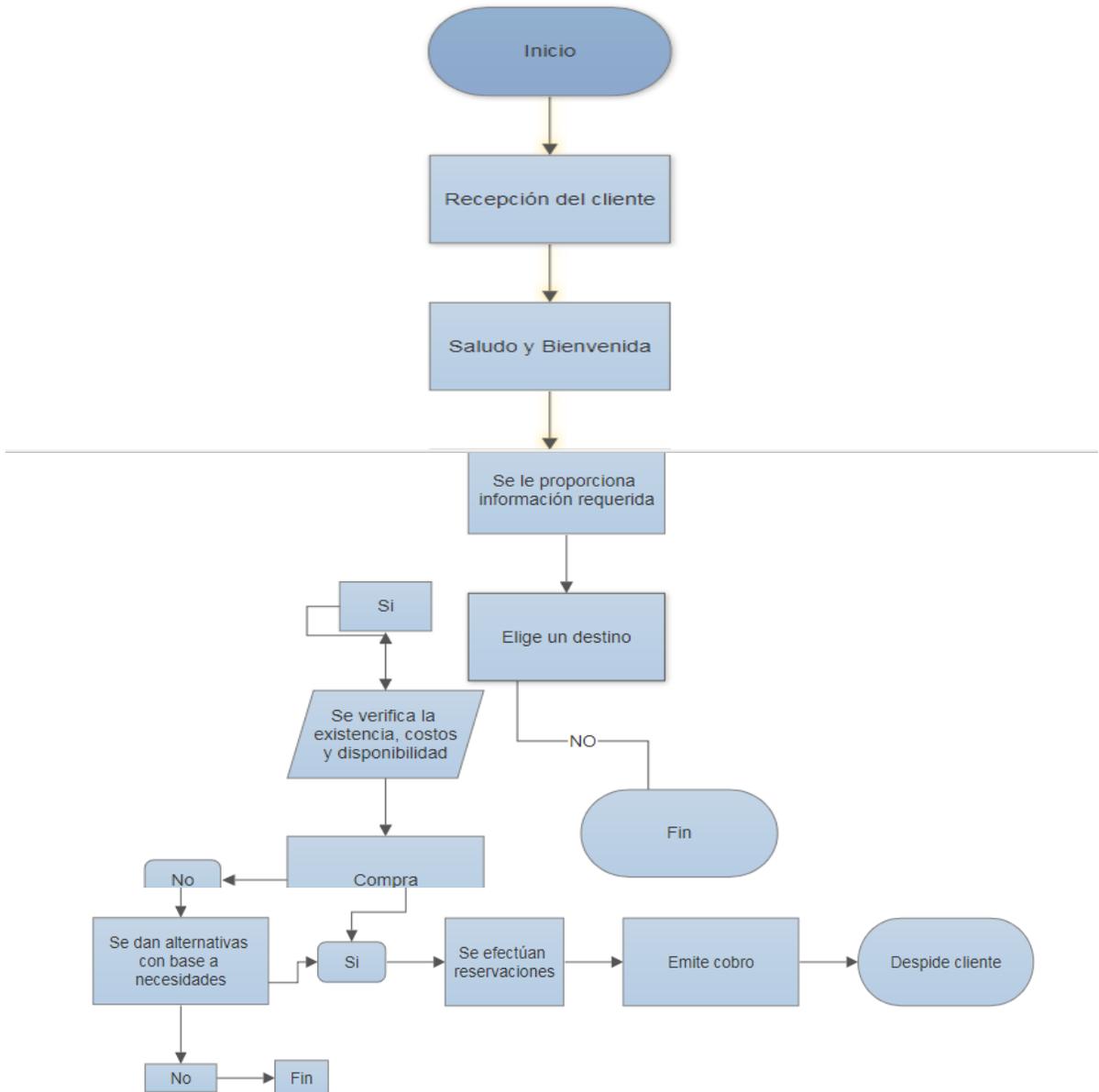
Madurez en la industria (x)

		Económico	Crecimiento	Madurez	Envejecimiento
Posición competitiva (y)	Dominante				
	Fuerte				
	Favorable				
	Sostenible				
	Débil				
	Insostenible				
	Ruta →	Crecer	Mantener	Cosechar	Reducir

La empresa se encuentra en una etapa madura, debido a sus años de experiencia en el mercado y el posicionamiento regional, cuenta con cierto prestigio entre sus compradores, quienes son clientes habituales, además tiene una posición sostenible sin embargo, esto implica

múltiples esfuerzos para mantener la competitividad, debido a un desfase tecnológico, calidad y precios en relación a los servicios que oferta.

Análisis de procesos



Fuente: Elaboración propia

DESARROLLO

Planeación estratégica



Diseño de Planeación Estratégica y propuesta de mejora para la Agencia de Viajes FunTour en León Guanajuato, durante el 2019.

Por: Claudia Guadalupe Aguilar Venegas

Presentado al: Ing. Jorge Armando López Flores

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN980713 BX3
AGENCIA M'NORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia



La idea

Agencia de Viajes "FunTour" S.A de C.V. tiene presencia desde hace más de 20 años en el mercado, es una de las primeras agencias de viajes que se instalaron en la ciudad de León, Guanajuato. La propiedad de la agencia es de una asociación, actualmente conformada por dos miembros, ha ganado su posicionamiento gracias a su experiencia y tradición, sin embargo su permanencia en el mercado se debe a múltiples esfuerzos.

FunTour, es una agencia de viajes minorista debido a su actividad, en el mismo establecimiento es el Centro de Utilidades (CU) y el Centro Estratégico de Negocios (CEN), pues las utilidades se generan en el mismo sitio, en donde acuden los clientes, ahí se dan los precios, FunTour tiene competencia directa de otras agencias minoristas de la zona, pues se encuentra en la zona centro y es en ese sitio en donde se concentran la mayor cantidad de agencias de viajes de la ciudad.

La evaluación de los servicios dice que: La venta de paquetes turísticos es el CEN que tiene mayor participación de los negocios de la marca, seguido de la venta de boletos de avión - autobús y finalmente la asesoría en trámites de visa y pasaporte. FunTour no ofrece nada distinto que sus competidores por lo que es necesario realizar e implementar una propuesta de valor que incremente sus ventas, ya que desde 2014 a la fecha ha existido un decremento de ventas, repercutiendo seriamente en las utilidades de la agencia de viajes.

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.V.
 LIBERTAD # 228 CENTRO
 LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
 R.F.C. FUN 980713 BX3
 AGENCIA MINORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
 e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia



Agencia de Viajes "FunTour" S.A. de C.V es una empresa local, por lo que si esta se renueva impulsaría la economía de la región sin que el capital se vaya hacia el extranjero. Además si oferta productos gancho que capte nuevos clientes a la agencia de viajes, se puede incrementar la afluencia de clientes y estos pueden conocer los paquetes que oferta la agencia de viajes.

"FunTour" ya cuenta con cierto reconocimiento de la localidad, lo cual puede ser positivo y negativo a la vez, positivo en la medida de que ya se ubica la marca y su tradición de más de 20 años y negativo porque al mismo tiempo deja ver sus áreas de oportunidad en relación a sus competidores.

Esta empresa puede renovar su operación para poder alcanzar los niveles de competitividad que exige el mercado, conservando su tradición y percepción positiva de los potenciales clientes. A su vez crear sinergia con otra agencia de viajes de prestigio para ofertar paquetes más económicos a diversos destinos, con la finalidad de atraer nuevos clientes.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD #228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

ETAPA FILOSÓFICA



Proceso de Reflexión Estratégica

FunTour tiene como necesidad un replanteamiento de su estructura interna para llevar a cabo sus operaciones, y esto implica el planteamiento del modelo de Planeación estratégica de Stanton, Etzel y Walker, para ello en primera instancia replantear la filosofía de la organización, si esta fue fundada hace más de 20 años, requiere una actualización del marco, posteriormente es necesario llevar a cabo un diagnostico situacional, que nos brinde toda la información interna y externa de la empresa, es decir saber cómo opera actualmente, evaluar el servicio y calidad, para detectar posibles áreas de oportunidad.

Como un tercer momento es necesario realizar un replanteamiento de objetivos, como ya se mencionó la empresa tiene 20 años de tradición, muy probablemente los objetivos de la apertura a la fecha han cambiado, por lo que es necesario realizar un rediseño de objetivos que permita establecer nuevas metas a corto, mediano y largo plazo, esto nos dará la pauta para implementar la última fase del modelo que consiste en la creación de las estrategias necesarias para llevar a cabo dicho modelo.

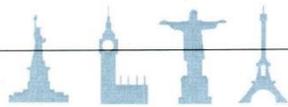
Este modelo es de fácil comprensión y contempla el entorno interno y externo de la empresa, la cual actualmente opera con normalidad y es necesario actualizar sus procesos de gestión, implementándose desde la gerencia hacia jefaturas y línea.

El Marco filosófico actual es:

Misión:

Brindar a nuestros clientes un servicio con calidad y excelencia de la mano de la

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA



experiencia.

Visión:

Posicionarnos como una agencia de viajes líder a nivel regional, manteniéndose a la vanguardia y lograr que nuestros clientes tengan una experiencia única.

Valores:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Amabilidad
- Seriedad

Objetivo General

Incrementar la presencia de "FunTour" en el nicho de mercado de adultos mayores.

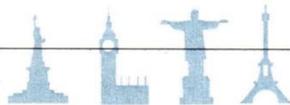
Objetivos Específicos:

- Apertura a nuevos y accesibles paquetes turísticos.
- Renovar Lineamiento de rutina para recibir al cliente.
- Crear una alianza estratégica con otra agencia de viajes, dedicada a las excursiones a precios más económicos.
- Analizar los costos, para detección de fugas.
- Realizar encuestas de satisfacción para detectar las preferencias de los clientes.
- Dar mantenimiento a mobiliario e instalaciones.
- Elevar estándares de servicios y limpieza.

Políticas

Las políticas habrán de ser aplicadas en el Centro de Negocios.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA M'JORISTA



Institucionales

- El cliente es primero, deben tomarse en cuenta las quejas y sugerencias como una oportunidad de mejora.
- El trato hacia el cliente debe ser siempre de usted, ante situaciones difíciles se debe mantener la calma y actuar bajo la primicia de que el cliente siempre tiene la razón.
- La relación con el cliente debe ser cordial y con respeto en todo momento, así como escucharlo con atención siempre.
- La empresa dará a sus empleados todas las herramientas para llevar a cabo su trabajo, pero es responsabilidad de cada empleado realizar sus actividades con seguridad y cuidado, ellos serán los responsables de su seguridad.
- Los equipos de cómputo, impresoras y demás dispositivos electrónicos, deberán de ser utilizados para los fines que fueron destinados, con el fin de hacer más eficiente la operación y recursos. Son equipos de trabajo.
- Las puertas de la oficina directiva siempre estarán abiertas, para recibir retroalimentación de los empleados que son quienes trabajan directamente con los clientes, la opinión de los empleados es muy importante para detectar áreas de oportunidad en los procesos.
- Los empleados son tan importantes como nuestros clientes.
- La información proporcionada al cliente debe ser veraz y autentica.

Conducta

- La presentación del personal debe ser excelente
 - Hombres(cabello corto, vestimenta formal, uñas costadas, no minifaldas y presentarse aseados)
 - Mujeres (Cabello recogido, vestimenta formal, no minifaldas, ni escotes así como exceso de maquillaje)

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA TURISTICA



- Es responsabilidad de cada empleado mantener el área de trabajo limpia y ordenada.
- El horario de entrada y salida, debe cumplirse.
- Las citas con los clientes deben cumplirse si fueron previamente acordadas.
- El teléfono celular debe ser utilizado con motivos únicamente laborales, cuando se está en horario de trabajo.
- El trabajo en equipo es fundamental, si un área requiere apoyo, es necesario brindárselo. Somos un equipo.
- Bajo ningún motivo se tolerará la falta de probidad.
- El personal que sea sorprendido en condiciones de intoxicación por alcohol o drogas, será dado de baja inmediatamente.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas Vo.Bo: Gerente General
Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia



ETAPA ANALÍTICA

Centro de Utilidades

La procedencia de su capital de inversión de FunTour S.A de C.V deviene del resultado de una fusión de 4 socios inicialmente, ahora son solo 2 socios. Actualmente su posicionamiento se debe a que pertenece en al gusto y experiencia en un mercado cuya demanda es principalmente regional. El 70% de sus utilidades proviene de la venta de paquetes turísticos, 20% de venta de boletos de avión y autobús, 10% de la asesoría en trámite de visas y pasaportes. La ubicación de la agencia de viajes es estratégica pues se ubica en la zona centro, sin embargo carece de estacionamiento.

La venta de paquetes turísticos cuenta con una importante participación en el mercado, sin embargo por tratarse de una agencia de viajes minorista, su oferta no dista de la competencia, pues los precios son similares y prácticamente ofrecen lo mismo, pues las operadoras y mayoristas manejan los mismos precios a todos los minoristas, impactando en su competitividad.

La venta de boletos de avión y autobús tiene poca participación en el mercado, los boletos son adquiridos de manera complementaria cuando los paquetes no incluyen el transporte y esporádicamente por clientes que solo compran el transporte en la agencia. El servicio de asesoría en trámite de visas y pasaporte no tiene una participación significativa en el mercado, su presencia tiene la función de servicio complementario.

Se puede observar que la operación de FunTour, en sus CEN no tiene muchos cambios tiene una operación estándar. Actualmente su posición competitiva es

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C./FUN 980713 BX3
MINORISTA



sostenible pues su gestión administrativa y operativa le permite su permanencia en el mercado, cuya experiencia en el mercado le ha permitido alcanzar el grado de madurez, la empresa ya ha pasado a la zona roja que requiere que se realicen cambios pues de seguir así descenderá su posición competitiva.

El grado de madurez, se determinó con base a la costumbre de compra en los servicios de esta empresa que ha realizado pocos cambios e innovaciones en su oferta. El crecimiento se ve disminuido porque ya alcanzo la participación requerida, sin embargo debido a la poca innovación se ve perjudicada su competitividad en el mercado.

Por lo que es necesario:

- Renovar la imagen del establecimiento.
- Reducción y análisis de costos.
- Establecer lineamientos de rutina.
- Crear alianzas estratégicas con otras agencias de viaje.
- Ofertar productos gancho más económico.
- Diversificar la oferta.

La empresa se encuentra a una industria que está bastante especializada, cada año aparecen oferentes con servicios nuevos e innovadores, para atender determinado sector, para FunTour, la Planeación estratégica es imprescindible pues le va a permitir mantenerse competitiva en el mercado.

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
ASISTENTE ADMINISTRATIVO



FunTOUR
AGENCIA DE VIAJES

Centro Estratégico de Negocios seleccionado

Agencia de Viajes. Paquetes Turísticos.

Los paquetes que actualmente oferta la agencia de viajes, no dista de otros que se venden por la zona por lo que presenta áreas de oportunidad, en relación a los demás CEN. La venta de paquetes turísticos representa el 70% de los ingresos en relación a las utilidades sin embargo no ofrece ningún valor agregado a sus clientes, esto se deduce por su baja participación en el mercado. El grado de tecnología, calidad y bajo costo así como la capacidad de producción son buenos, sin embargo no ofrecen nada excepcional si lo comparamos con los que ofrecen los competidores, y esto deriva en altos precios, lo cual impacta directamente en la competitividad del negocio, pese a su excelente ubicación estratégica.

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MINORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia



Posición competitiva por CEN	
CEN	FunTour
Venta de paquetes Turísticos	Participación en el mercado 70% Grado de tecnología B Calidad y bajo costo R Capacidad de producción NA Lealtad de marca SI (regional) Ubicación MB Liderazgo en precios NO
Venta de boletos transporte	Participación en el mercado 20% Grado de tecnología B Calidad y bajo costo B Capacidad de producción NA Lealtad de marca NA Ubicación MB Liderazgo en precios NO
Asesoría en trámite de visa y pasaporte	Participación en el mercado 10% Grado de tecnología B Calidad y bajo costo B Capacidad de producción NA Lealtad de marca NA Ubicación NA Liderazgo en precios B
Análisis estratégico	La empresa tiene muy buena ubicación y reconocimiento local, sin embargo se ha quedado desfasada en relación a sus competidores en cuanto a la diversidad de la oferta y precios. La tecnología en la

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MINORISTA



	<p>agencia de viajes, ubicación y liderazgo reflejan una posición en el mercado.</p>
<p>Asignar posición competitiva general</p>	<p>SOSTENIBLE, la empresa tiene una posición en el mercado gracias a sus años en el mercado, ubicación, experiencia y confianza. Sin embargo realiza pocas mejoras e innovación, haciendo que se desfase en relación a sus competidores, influyendo en el cumplimiento de metas para mantener a la empresa competitiva.</p>

FUNTOUR S.A. DE C.V.
 LIBERTAD #228 CENTRO
 LEON, GTO. TEL. 716 99 66
 R.F.C. FUN 980713 BX3
 AGENCIA DE VIAJES

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
 e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia



La empresa se encuentra en una etapa madura, debido a sus años de experiencia en el mercado y el posicionamiento regional, cuenta con cierto prestigio entre sus compradores, quienes son clientes habituales, cuenta con una posición sostenible sin embargo, esto implica múltiples esfuerzos para mantener la competitividad, debido a un desfase en relación a la oferta, calidad y precios en cuanto a los servicios que ofrece.

		Económico	Crecimiento	Madurez	Envejecimiento
Posición competitiva (y)	Dominante				
	Fuerte				
	Favorable				
	Sostenible				
	Débil				
	Insostenible				
	Ruta →	Crecer	Mantener	Cosechar	Reducir

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BN3
AGENCIAS DE VIAJES

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

La empresa se encuentra actualmente en un estado crítico, porque si bien es cierto que ha alcanzado su grado de madurez (lo que limita su crecimiento) también se ha quedado rezagada en diversificación de la oferta, calidad y costos, lo que representa una seria amenaza pues los competidores presentan estrategias agresivas que repercuten en su competitividad, la ruta estratégica que debe seguir la empresa consiste en cosechar: existen varios factores dentro de la empresa FunTour, por un lado se trata de una agencia de viajes tradicional, que ha ganado a su clientela a base de esfuerzo y permanencia en el mercado, que le brinda cierto reconocimiento. La ruta de cosecha, se utiliza para empresas maduras que tienen poco crecimiento, mejorando el funcionamiento interno de la empresa, como reducción de costos, como vimos en los resultados de FunTour, la empresa no es líder en el mercado en cuestión de costos, ya que se puede ver en el liderazgo de precios donde no es líder. En las CEN, es necesario implementar mejoras en cuanto a la eficiencia, aprovechando el posicionamiento con el que ya cuenta la empresa.

Se necesita utilizar la tecnología que permita hacer más eficiente la operación, aumentar la capacidad productiva, pues el papel de la agencia es pasivo al esperar que los clientes lleguen por si solos a solicitar los servicios, este CEN tiene una importante participación en el mercado y puede representar una buena fuente de ingresos para la marca, que ya cuenta con cierto reconocimiento en el mercado y atiende a otro sector de mercado, que es el de clientes habituales de la agencia de viajes.

Rutas de apoyo:

- Reducción de costos, esta es una área de oportunidad en la agencia de viajes, por lo que es muy importante realizar una auditoria interna, que permita detectar áreas en donde se puede ahorrar o bien disminuir prácticas obsoletas, esto impacta positivamente en cuanto al ahorro de recursos que la empresa consume.
- Mejorar eficiencia: La empresa opera bajo los mismos estándares, lo que deriva en la misma forma de operación desde hace 20 años, lo que impacta directamente en la calidad en el servicio y la capacidad productiva, por lo que es importante realizar un rediseño de actividades de tal manera que se mejore la calidad y la productividad, así como un rediseño y organización de la agencia de viajes.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
 LIBERTAD # 228 CENTRO
 LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
 FUN 980713 BX3
 APLICACIÓN TURÍSTICA

- **Buscar márgenes de utilidad:** La empresa actualmente tiene una importante participación en el mercado, siendo la CEN de venta de paquetes turísticos la mayor, sin embargo es necesario que se diversifique la oferta y se mejoren los que ya están, por lo que es necesario realizar sinergia con otras agencias de viajes que oferten paquetes más económicos y de buena calidad. Realizar una reducción de costos, calidad que impactaran positivamente en las utilidades de la agencia de viajes, pues un cliente satisfecho paga sin agravio los servicios recibidos.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 RN3
A UNICION REGISTRADA

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

ETAPA OPERATIVA



Descripción para la ejecución del plan

Paquetes Turísticos

Plan operativo: Aumentar la participación en el mercado, a través de la sinergia con viajes amanecer, agencia de viajes local que oferta excursiones culturales a bajo costo y de buena calidad, procurando bajar los costos y aumentando la calidad en el servicio, para de esta manera liderar los precios.

Objetivo a corto plazo: Análisis de costos y calidad. Es necesario analizar cómo se realizan los procesos operativos, de tal manera que se detecte la manera de ahorrar recursos y aumentar la calidad en el servicio. Es necesario establecer un parámetro que permita conocer si los costos operativos han bajado y evaluar el servicio a través de encuestas de satisfacción de manera mensual, este objetivo tiene como finalidad cumplirse a los tres meses de ponerse en marcha, la evaluación mensual va a permitir detectar áreas de oportunidad y aplicar las acciones correctivas que van a permitir llegar al objetivo planteado.

Objetivo a mediano plazo: Renovar equipos de cómputo. La tecnología de la empresa se encuentra dentro de un estándar, es funcional pero no es excelente, por lo que es necesario actualizar la tecnología para hacer más eficientes los procesos de la empresa. La medición se verá reflejada en la eficiencia del servicio, esta también será evaluada a través de encuestas de satisfacción, además de que se las utilidades de la empresa, se espera aumenten. Las encuestas serán recabadas de manera mensual, y se prevé que la tecnología de todas las áreas de la empresa sea actualizada en un periodo de un año, debido al margen de inversión que requiere dicha renovación. El monitoreo constante de las encuestas, va a permitir saber si los cambios han sido positivos y detectar áreas de oportunidad a tiempo de ser corregidas.

Objetivo a largo plazo: Aumentar la participación en el mercado. Los objetivos planteados implican una fuerte inversión por parte de la empresa, y dada su situación actual esta inversión no será fácil de obtener, sin embargo con las mejoras a corto plazo se espera aumente la rentabilidad de la empresa y de esta manera se pueda diversificar el mercado a través de la sinergia con viajes amanecer, en donde se pueda atraer otro nicho de mercado específicamente el de la tercera edad, distinto al tradicional, esta participación aumentara significativamente la participación en el

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN GTO. TEL. 716 99 65
R.F.C. FTY 08073 BNA
C. P. 37000

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

mercado. La medición de esta diversificación, se puede aplicar en términos contables, se espera que aumente su participación en el mercado en un 10% en relación a los demás CEN, por lo que de no tener los resultados esperados, es necesario implementar el mix mercadológico, que permita atraer el nicho de mercado deseado.

Venta de Boletos de Autobús y Aviación

Corto plazo: reducción de costos y aumento de la calidad en el servicio. Es necesario realizar una evaluación y análisis de los procesos operativos del área para identificar de qué manera se puede aumentar la competitividad del transporte, verificar prácticas de ahorro de energía, las ventas de transporte puede servir de medición para detectar el nivel de ventas de transporte complementario y aislado, estas acciones van a permitir detectar vacíos en el proceso operativo, se van a implementar encuestas de servicio y poder conocer cuál es el efecto de los cambios, el plazo es de tres meses.

Mediano plazo: Aumentar capacidad productiva, en este punto se debe evaluar el transporte complementario, ya que existen paquetes que deben armarse con el transporte pues en determinados destinos no los incluye, de tal manera que se pueda analizar ofrecer transporte que no incremente sustancialmente el precio y de esta manera aumentar la capacidad productiva, de tal manera que los recursos humanos y materiales sean utilizados de manera eficiente. La evaluación nuevamente es a través de encuestas de servicio, en donde se evalué: calidad y precio, para que se pueda observar si los cambios han surtido efecto y poder corregir áreas de oportunidad, este objetivo tiene un plazo a cumplirse de seis meses. Las encuestas son analizadas de manera mensual.

Largo Plazo: Aumentar la participación en el mercado, la venta de boletos de transporte representa una importante fuente de ingresos para la agencia, por lo que es necesario innovar constantemente, armar atractivos paquetes de calidad y promociones que atraigan nuevos clientes, como promociones especiales en temporada baja y valor agregado diversificación de la oferta a través de destinos culturales, siempre procurando la elegancia y calidad, sin perder la esencia tradicional de la compañía.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
AGENCIA DE VIAJES
CALLE CALLES CA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia



Asesoría en trámite de visas y pasaporte:

Corto plazo: Aumentar la presencia en el mercado. Este servicio no implica grandes costos para la empresa, pues solamente se utiliza la computadora y el internet. Sin embargo es necesario promocionar que la empresa tiene ese servicio y comenzar a armar paquetes turísticos exclusivos para que lleven a los clientes a la embajada en cuestión e incluya también transporte y hospedaje, como un servicio adicional a la asesoría en el trámite de la visa por ejemplo. Esta estrategia podrá ser medible, con los ingresos mensuales de la agencia, esperando un aumento del 5%.

Mediano plazo: Aumentar calidad en el servicio, lo que consiste en diversificar la publicidad de la agencia, pues cabe mencionar que la asesoría para las visas tiene años realizándose en la agencia, sin embargo la publicidad no indica que se realiza ahí, para llevar a cabo esta estrategia la publicidad tiene una función fundamental, de tal manera que los clientes conozcan e este servicio y la calidad del mismo, la estrategia se verá reflejada en la rentabilidad del departamento quien deberá aumentar sus ventas en un 3% mensual. El plazo de consecución será gradual, teniendo un máximo de 10 meses para consolidarse.

Largo plazo: Aumentar la participación en el mercado, se espera que gracias a la publicidad de la oferta, cada vez sean más los clientes que adquieran la asesoría de la agencia, de tal manera que a un año de haber puesto en marcha el plan a corto plazo, deberá verse reflejado en las utilidades anuales y esta será precisamente la medición, que de igual manera va a ayudar a determinar áreas de oportunidad.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 65
R.E.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

Estrategias de apoyo	Acciones Específicas	Objetivos	Fecha de cumplimiento
1.- Integración vertical primaria.	a) Aumentar calidad en el servicio b) Mejorar la imagen de la agencia c) Sinergia con viajes amanecer	a) Producción eficiente y aumentar la satisfacción del cliente b) Reorganización interna para mejorar la imagen ante el público c) Diversificación de la oferta	a) 3 meses b) 4 meses c) 5 meses
2.- Indecisión	a) Financiamiento accesible b) Recursos limitados	a) Buscar mejores métodos de pago que den mayor margen de tiempo b) Ahorrar en recursos para disminuir costos operativos	a) 3 meses b) 3 meses
3.- Penetración de mercado	a) Aumentar la participación en el mercado b) Promoción c) Servicios de venta	a) Incrementar las utilidades y reducción de costos. b) Publicidad encaminada a mostrar las mejoras de la empresa y sus respectivas ventajas c) Mejorar posición de liderazgo de precios.	a) 6 meses b) 6 meses c) 6 meses

FUNTOUR S.A. DE C.V.
 LIBERTAD # 228 CENTRO
 LEÓN, GTO. 37000 99 66
 R.F.C. FUN 980713 BX3
 AGENCIA MANORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx., C.P. 37000
 e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

Organigrama



ORGANIGRAMA



Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA M'NORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.cdm.mx

Perfil de puestos



PERFIL DE PUESTOS

Gerente General

Es la persona responsable directamente de la agencia de viajes, verifica que los procesos administrativos y operativos sean llevados a cabo de manera correcta y oportuna.

Actividades:

- Se encarga de llevar a cabo diversas estrategias de marketing para llevar al público las promociones y oferta en general de la agencia de viajes.
- Es responsable del correcto funcionamiento de la agencia de viajes.
- Coordina el trabajo del personal a su cargo
- Verifica que los viajes que se vendieron sean cumplidos en su totalidad.
- Atiende las necesidades de clientes descontentos.
- Negocia con mayoristas y operadoras, para obtener mejores precios.
- Acude a las capacitaciones de operadoras y mayoristas.
- Verificar que los documentos pertinentes, sean enviados al área contable.
- Llevar registro de ventas diarias y mensuales.
- Observa y controla que el manejo de recursos de la agencia de viajes, se ejecuten con prudencia y de manera responsable.
- Representa a la empresa ante personal interno y externo a la empresa.
- Recibe y notifica cambios en la gestión de la agencia al personal.
- Desarrollo de estrategias de mejora continua
- Orientar al equipo hacia el alcance de objetivos

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MINORISTA

Perfil de puestos:



PERFIL DE PUESTOS

Contador

Es la persona responsable directamente de gestionar las finanzas y todo lo referente a contabilidad y presupuestos de la agencia de viajes.

Actividades:

- Administra los recursos financieros
- Se encarga de determinar y cumplir las obligaciones fiscales de la agencia
- Realiza los estados financieros de la empresa
- Clasifica los documentos que le son asignados.
- Organiza y gestiona los costos y gastos de la empresa.
- Realiza el pago de nómina y gestión de comisiones.
- Emisión de facturas
- Controla flujo de efectivo
- Control de presupuestos

FUNTOUR S.A. DE C.V
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Perfil de puestos



PERFIL DE PUESTOS

Agente de viajes

Es aquel que se encarga de ofertar al cliente final los paquetes turísticos, dándole seguimiento desde su entrada a la agencia de viajes hasta la salida de la misma.

Actividades:

- Dominio y conocimientos de GDS y plataformas de las agencias.
- Ofrece al cliente final los paquetes turísticos.
- Elaborar reservaciones, cotizaciones y expedir boletos terrestres y aéreos.
- Realizar toda la documentación necesaria para llevar a cabo el viaje.
- Proporcionar al cliente recomendaciones y requisitos que se deben cumplir, al adquirir un paquete turístico, principalmente si se trata de un viaje internacional.
- Brindar asesoría en relación a destinos.
- Verificar que los productos que adquiera el cliente, estén confirmados.
- Cobrar al cliente y verificar que sea la totalidad antes del viaje.
- Dar al cliente encuesta de satisfacción
- Mantener un registro de ventas diarias, con datos de los clientes y saldos.


FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA M: NORISTA

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Lineamiento de rutina



Lineamiento de Rutina

1. Se da la bienvenida al cliente
2. Se pregunta acerca de sus necesidades
3. Se ofrecen productos con base a sus requerimientos.
4. Si el cliente acepta, se procede con el procedimiento de reserva (en caso de no hacerlo sugerir alternativas)
5. Si el cliente acepta se le solicitan los datos y se vacían a la solicitud de reservación.
6. Mostrar las opciones en una hoja membretada donde especifique el que destino haya elegido con su firma cliente.
7. Indicar que los montos de viaje son tentativos, toda vez que no se efectuó el pago correspondiente. Los precios solo son garantizados si el pago se realiza en ese momento.
8. Asegurarse que el cliente cuenta con la documentación para realizar el viaje (visa, pasaporte, ife, vacunas, etc.)
9. Elaborar el recibo correspondiente especificando la cantidad recibida firmada por ambos cliente y agente de viajes.
10. Elaborar el cupón asentando lo que incluye el servicio (destino, hotel, paquete, fechas, firma, sello)
11. Si el cliente requiere factura fiscal se solicitan sus datos fiscales y al operador pedirle la factura la cual debe ir al cliente final o bien a la agencia intermediaria, también debe elaborar la factura de comisión respectiva.

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MINORISTA

SUPERVISION DEL PROYECTO

La problemática principal de la agencia de viajes FunTour, se trata de la baja en ventas por lo que se ha realizado un análisis interno y externo de la oferta de la agencia de viajes, por lo que se ha hecho hincapié en la especialización del servicio, buscando que esta sea la ventaja competitiva de la Agencia de Viajes FunTour. Actualmente se realizaron cambios físicos en la agencia para mejorar las instalaciones físicas, como el reacomodo y organización de los muebles de la agencia, con la finalidad de crear un ambiente más agradable a los clientes.

Escritorio agente de ventas secundario.



Fuente: Elaboración propia

Escritorio Gerente General



Fuente: Elaboración propia

Recibidor Clientes de FunTour



Fuente: Elaboración propia

Estante con suvenir de viajes internacionales y catálogos de viajes.



Fuente: Elaboración propia

Como propuesta de mejora se buscó realizar una alianza estratégica con otras agencias de viajes, cuyos destinos son culturales en su mayoría y están destinadas al público de la tercera edad, por lo que se contactó a la agencia de viajes Amanecer, quienes proporcionaron toda la información necesaria así como el esquema de comisiones, la idea es que estos productos gancho atraigan nuevos clientes a la agencia de viajes FunTour, la cual a través de ofertar viajes más económicos, los clientes puedan conocer la oferta de FunTour.

Contacto con Viajes Amanecer.



Comision y Programa Viajes Amanecer

VA Viajes Amanecer <viajesamanecer.ventas@gmail.com>
m>

Mié 13/03/2019 03:34 PM
Usted: funtour20@hotmail.com; Viajes Amanecer

20190228_Programa Viajes A... 899 KB	Comisiones Agencias_Feb a J... 221 KB
-----------------------------------------	------------------------------------------

2 archivos adjuntos (1 MB) Descargar todo Guardar todo en OneDrive

Buenas tardes Claudia
Mucho gusto, soy Paty Dávila de Viajes Amanecer, te comparto programa de viajes y comisiones por los viajes.

Cualquier duda quedo a tus órdenes
Saludos

FUNTOUR S.A. DE C.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL: 716 596
R.F.C. FUN 900133RXJ
AGENCIA MINORIST

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas

Vo.Bo: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.odm.mx

Fuente: Elaboración propia.

Comisiones Viajes Amanecer:



COMISIONES PARA AGENCIAS
Programa Febrero a Julio 2019

Viajes de 1 día	-----	\$ 90.00 por cada lugar
Viajes de 2 días	-----	\$ 180.00 por cada lugar
Viajes de 3 días	-----	\$ 250.00 por cada lugar
Viajes de 4 días o más:		
• Vallarta Sem Sta	-----	\$ 300.00 por cada lugar
• Chiapas	-----	\$ 400.00 por cada lugar
• Huatulco	-----	\$ 400.00 por cada lugar
• Tren Chepe	-----	\$ 400.00 por cada lugar
• Mérida-Campeche	-----	\$ 400.00 por cada lugar
• Cabos	-----	\$ 400.00 por cada lugar

Viajes Amanecer | Parral Pte. 1108, Loma Bonita, León, Gto., CP. 37420
Tels. (477) 777-86-60 y 777-88-10. Whats. (477) 578-12-65, (477)324-16-90, (477)403-0844

Fuente: Viajes Amanecer



FESTIVAL 100 VINOS MEXICANOS

Vinedos La Redonda

Sábado 2 de Marzo

Lugares a visitar:

- ✓ Peña de Bernal
- ✓ Vinedos La Redonda (Festival 100 Vinos Mexicanos)

Precios: Adulto \$ 780 Niño \$ 680

Incluye: Transporte, entrada al festival, copa de recuerdo, degustación de vino y exposición de 50 mejores vinícolas de México.

CARNAVAL DE TEPOZTLAN

Morelos

Domingo 3 de Marzo

Precios: Adulto \$ 850 Niño \$ 690

Incluye: Transporte



GRUTAS DE TOLANTONGO

Hidalgo

2 y 3 de Marzo

Podrás disfrutar de:

- ✓ Aguas termales color azul turquesa
- ✓ Cascadas - nacimiento de agua de manantial
- ✓ Pozas de aguas termales
- ✓ Disfruta de su platillo típico "barbacoa"

Te invitamos a estar en contacto directo con la naturaleza, tendrás un verdadero descanso, armonía y diversión.

Precios: Adulto hab doble \$ 1,390/ Adulto hab triple \$ 1,290/ Adulto hab cuádrup \$ 1,190

Niños hasta los 12 años \$ 890

Incluye: Transporte y hospedaje (hotel dentro de las grutas)



DURANGO

Del 16 al 18 de Marzo

Lugares de visita:

- Catedral de Durango
- Centro Histórico
- Palacio de Gobierno
- Mercado Gomez Palacio
- Teatro Ricardo Orozco
- Paseo Constitución
- Plaza de Armas (túneles)
- Teleférico
- Museo de la Ciudad
- Museo de Minería
- Exhacienda La Ferrería y Parque Fundidora
- Parque temático " Paseo en el Viejo Oeste"
- Tranvía

Precios:

- Adulto en hab. Doble c/u \$2,950
- Adulto en hab. Triple c/u \$2,850
- Niño hasta 12 años c/u \$1,850

Incluye:

- Transporte
- 2 noches de hospedaje en hotel 4 estrellas
- 2 desayunos tipo buffet

Viajes Amanecer | Parral Pte. 1108, Loma Bonita, León, Gto., CP. 37420
Tels. (477) 777-86-60 y 777-88-10. Whats. (477) 578-12-65, (477)324-26-90, (477)490-59-71,(477)403-08-44



EQUINOCCIO DE PRIMAVERA

TEOTIHUACAN

Miércoles 20 de Marzo

Precios: Adulto \$ 790 Niño \$ 690

Incluye: Transporte

SIERRA GORDA QRO

23 y 24 de Marzo

Lugares de visita:

- ✓ Misiones franciscanas -Jalpan de serra-Pinal de amoles
- ✓ Cascada el chujeje-Puente de dios-Rio escalena
- ✓ Cañon de la angostura
- ✓ Conca - unión de los ríos Ayutla y Sta. Maria

Precios:

- Adulto hab doble c/u..... \$ 1,850
- Adulto hab triple c/u..... \$ 1,750
- Adulto hab cuadруп c/u..... \$ 1,680
- Niños hasta 12 años c/u..... \$ 1,250

Incluye: Transporte, hospedaje hotel**** (1 noche) y 2 desayunos buffet

SIX FLAGS

Viajes Amanecer | Parral Pte. 1108, Loma Bonita, León, Gto., CP. 37420
Tels. (477) 777-86-60 y 777-88-10. Whats. (477) 578-12-65, (477)324-26-90, (477)490-59-71,(477)403-08-44

Los medios de comercialización de los productos también han cambiado, mostrándose a través de nuevos y alternativos medios, como whatsapp:

Semana de Pascua 2019
CHARTERS CARRETEROS
23 AL 26 DE ABRIL

LOS ANGELES LOCOS
TENACATITA
 ADL - \$6,150.00
 JNR (13-17) - \$5,520.00
 MNR (7-12) - \$2,830.00

GRAND FESTIVAL
GRAN FESTIVAL MANZANILLO
 ADL - \$5,845.00
 JNR (13-17) - \$4,945.00
 MNR (6-12) - \$2,575.00

INCLUYE: TRANSPORTACION TERRESTRE VIAJE REDONDO, 04 DIAS Y 03 NOCHES DE HOSPEDAJE, DESAYUNO COMIDA Y CENA TIPO BUFFET, BEBIDAS NACIONALES ILIMITADAS, SNACKS, SHOWS NOCTURNOS, ENTRADA A LA DISCO, DESAYUNO A LA LLEGADA.



SEMANA PRE-SANTA 2019
DEL 15 AL 18 DE ABRIL

GRAN FESTIVAL
 ADL - \$5,845.00
 JNR (13-17) - \$4,945.00
 MNR (7-12) - \$2,575.00
MANZANILLO

LA QUINTA GRAN BAHIA
 ADL - \$5,270.00
 JNR (13-17) - \$4,010.00
 MNR (7-12) - \$2,290.00
CUASTECOMATES

LOS ANGELES LOCOS
 ADL - \$6,150.00
 JNR (13-17) - \$5,520.00
 MNR (7-12) - \$2,830.00
TENACATITA

TESORO INTAPA
18-21 ABRIL

SGL	\$4,399
DBL	\$2,199
TPL	\$2,066
JR (13/17)	\$1,799
MNR (06/12)	\$630

✓ Tarifa por persona por noche
 ✓ Hotel, Plan Todo Incluido
 *Aplican restricciones

Fuente: Publicidad proporcionada por FunTour

TESORO MANZANILLO
25-28 JULIO

SGL	\$3,492
DBL	\$1,846
TPL	\$1,830
JR (13/17)	\$1,649
MNR (06/12)	\$631

✓ Tarifa por persona por noche
 ✓ Hotel, Plan Todo Incluido
 *Aplican restricciones

Impacto del proyecto

FunTour tiene una imagen ante su público, labrada a base de esfuerzo y años de trabajo, por lo que conserva la lealtad y fidelidad de sus clientes, gracias a la seriedad y respeto hacia los tratos que se realizan con los clientes. Como se ha venido observando a lo largo del presente proyecto, la Agencia de Viajes FunTour, presenta baja en ventas debido a la férrea competencia y a la falta de especialización, con los cambios que se están realizando a partir del 2018, se han visto mejoras que atraen nuevos clientes, quienes se informan de las promociones a través de nuevos medios de comercialización. En los objetivos del presente proyecto se contempla un análisis de la oferta y demanda en el contexto actual, y bajo esta premisa es que se ha actualizado la forma de llegar a ellos, de tal manera que se han beneficiado los ingresos de la agencia de viajes. Por otro lado el hecho de ofertar productos más económicos, incrementa las ventas al haber alternativas más económicas para viajar, estos también se ven beneficiados.

El Turismo gracias a su efecto multiplicador trae consigo grandes beneficios para la sociedad, en este caso, el hecho de crear una estrategia de negocios cuya finalidad es que la especialización de los viajes para los adultos mayores, presta especial atención a un sector muy importante, que debido a las características específicas de este mercado requiere que los paquetes turísticos sean diseñados con base a sus necesidades.

La tendencia de ventas de FunTour indica que los clientes actuales, que son mayores a 55 años, prefieren destinos internacionales, esto indica un alto poder adquisitivo, sin embargo no hay que olvidar que dentro de este mismo nicho, existen sectores más modestos, que también tienen posibilidades de viajar, aunque sea a un precio más bajo.

Para evaluar el impacto del presente proyecto, se tomarán en cuenta los siguientes indicadores:

No.	Objetivo	Indicador de medición	Acciones mayores a implementar
1	Incrementar las ventas en un 10% durante 2019 respecto al mismo periodo de 2018 (periodo enero-junio)	Ingresos por ventas (\$)	campana de publicidad
			diseño de promociones
			diseño de nuevos productos
2	Disminuir los gastos de administración en un 10%	Gastos de administración (\$)	análisis de gastos realizados por concepto
			platicas de sensibilización con el personal
			optimizar recursos en la empresa

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La propuesta de mejora implementada para reducir la baja en ventas, consistió en realizar una alianza estratégica con la “Viajes Amanecer”, una agencia de viajes que oferta viajes de tipo cultural y cuya oferta está diseñada principalmente para adultos mayores, con la finalidad de:

Ampliar la oferta de la agencia de viajes a través de viajes para adultos en plenitud.

Atraer el mercado de la tercera edad a la agencia de viajes.

A través de productos gancho, que los clientes conozcan la oferta de la agencia de viajes.

Incrementar las ventas.

Estos objetivos responden a la necesidad de aumentar los ingresos de la agencia de viajes, pues la problemática principal de la agencia de viajes es la baja en ventas.

Para establecer la propuesta de mejora primeramente se llevaron a cabo una serie de acciones correctivas dentro de la agencia de viajes como resultado de la planeación estratégica. En primera instancia con apoyo del Ing. Jorge Armando López Flores, se actualizó tanto el marco filosófico, así como una redefinición de los objetivos organizacionales actualizados y congruentes con la oferta de la agencia de viajes.

Por otro lado se realizó una limpieza y reorganización de la agencia de viajes, para dar una mejor vista al cliente y tener una mejor organización en la agencia.

Antes:

Escritorio secundario



Fuente: Elaboración propia

Después:

Escritorio secundario

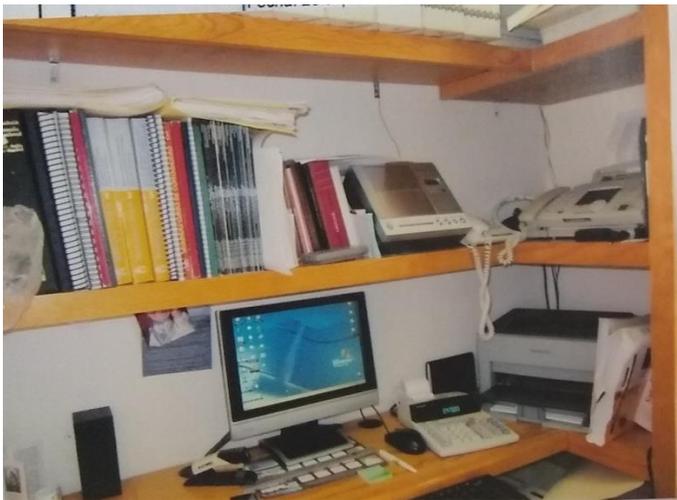


Fuente: Elaboración propia

En la parte de atrás se encuentra otra oficina, en donde el contador realiza su trabajo. En esta área se realizó una reorganización del área, para despejarla y dar una vista limpia y ordenada.

Antes

Oficina contable



Fuente: Elaboración propia

Después:



Fuente: Elaboración propia

Organización de revistas en el Lobby, para que los clientes puedan hojear mientras esperan y conocer la oferta de la agencia de viajes.

Antes

Lobby:



Fuente: Elaboración propia

Después



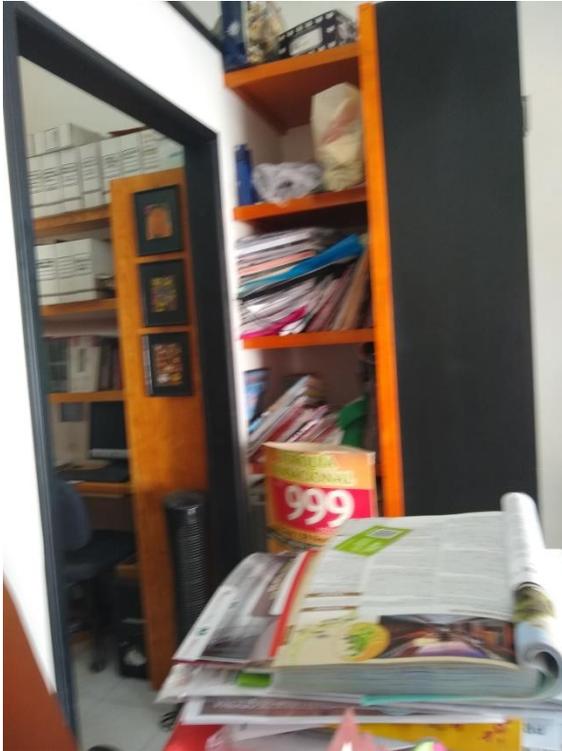
Fuente: Elaboración propia.

Organización de librero delantero. Este librero contiene también la publicidad y regalos proporcionados por las operadoras y mayoristas.

Antes:

Después:





Fuente: Elaboración propia

Fotografía antes de iniciar la organización.



Fuente: elaboración propia

A lo largo del proceso la agencia tuvo varios cambios, para mejorar la apariencia frente al cliente a través de la organización y limpieza.

Una vez que se aplicaron los cambios se procedió a ofertar los paquetes turísticos de Viajes Amanecer, caracterizados por sus precios más económicos a los habituales de la agencia de viajes.

Por lo que nuevamente se procedió a realizar una nueva encuesta para conocer principalmente si el perfil del nicho de mercado de personas de la tercera edad que adquirió los paquetes turísticos de Enero a Abril del presente año, era el correcto y si las necesidades que los clientes habituales habían manifestado anteriormente se habían cubierto.

Iniciando el proyecto se tenía una población de 21, actualmente esta cifra aumento dramáticamente a 87 clientes en el periodo ya mencionado. De ello se tiene que:

Población N: 87

Error: 5%

Nivel de Confianza: 95%

Tamaño de la muestra: 72

Formula $= Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$

Z = Nivel de confianza (95% o 99%)

p = .5

c = Margen de error (.04 = ±4)

*Anexo 2. Encuesta de Satisfacción aplicadas a clientes FunTour.

Se eligieron 72 clientes de FunTour de manera aleatoria*, para evaluar el impacto de los cambios que se han implementado en la agencia de viajes a través de una encuesta

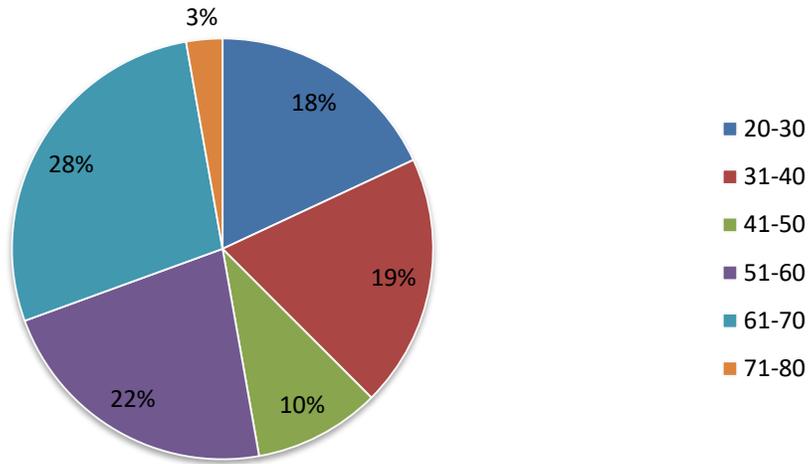
con preguntas cerradas, siguiendo la misma estructura de la encuesta anterior se rediseñaron las preguntas para conocer el impacto de la propuesta de mejora de la agencia de viajes, se abarcaron 5 indicadores principales: Servicio, variedad, instalaciones, promoción, precio.

Encuesta al cliente				
Nombre:	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Fecha:	<input style="width: 150px;" type="text"/>	
Email:	<input style="width: 150px;" type="text"/>	Sexo:	<input style="width: 50px;" type="text" value="M"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input style="width: 50px;" type="text" value="Placer"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="Negocios"/>	Edad: <input style="width: 50px;" type="text"/>	
Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.				
a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input style="width: 100px;" type="text" value="Recomendación"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Redes Sociales"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Internet"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input style="width: 100px;" type="text" value="Excelentes"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Buenas"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Regular"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input style="width: 100px;" type="text" value="Excelente"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Bueno"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Regular"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input style="width: 100px;" type="text" value="SI"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="NO"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input style="width: 100px;" type="text" value="Sol y playa"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Culturales"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Eventos"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input style="width: 100px;" type="text" value="Excesivos"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Justos"/>	<input style="width: 100px;" type="text" value="Bajos"/>	

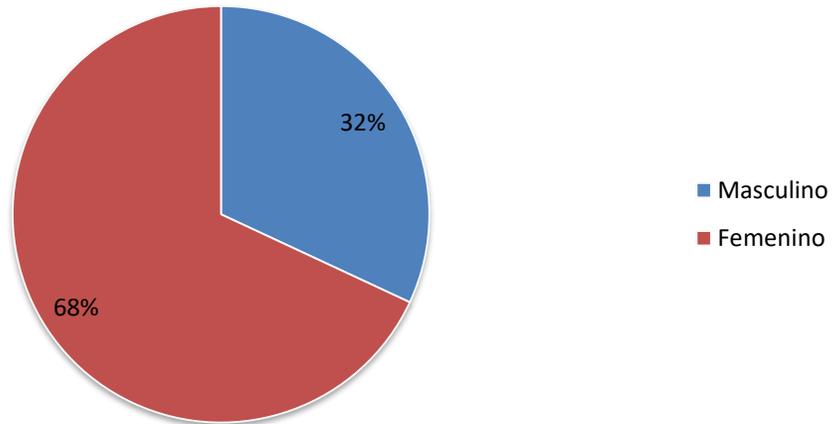
Resultados

Los resultados fueron los siguientes:

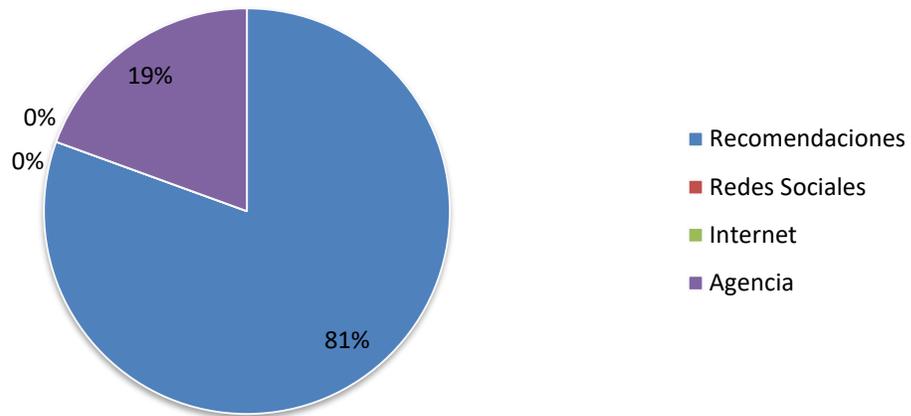
Edad



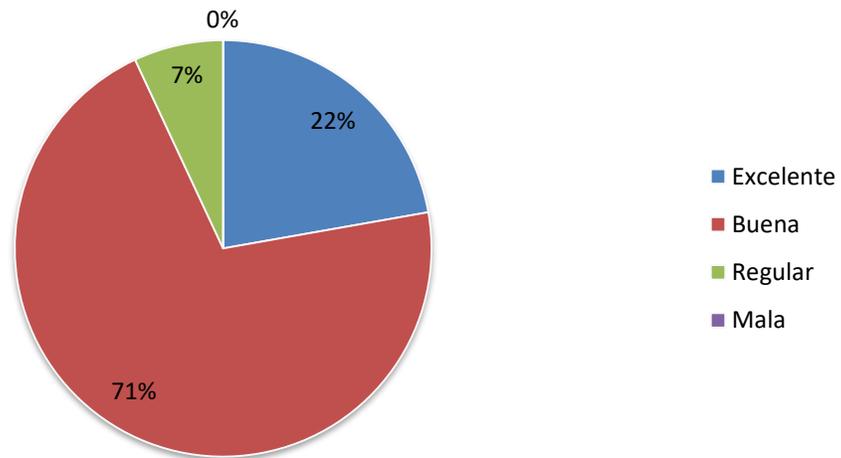
Sexo



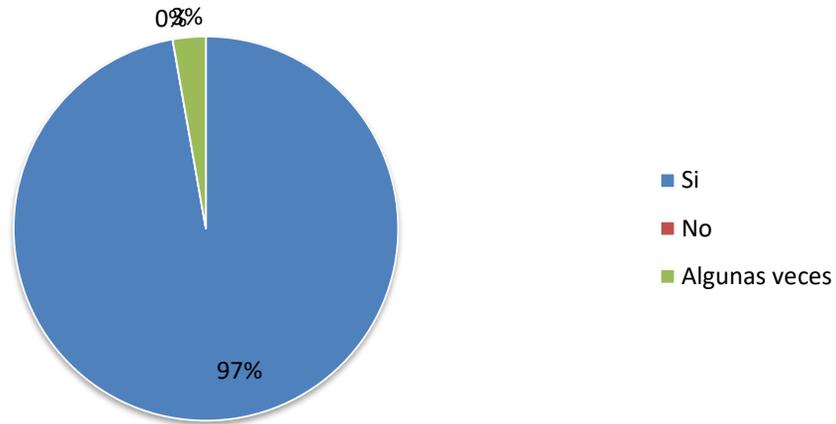
¿Por qué medio se enteró de nosotros?



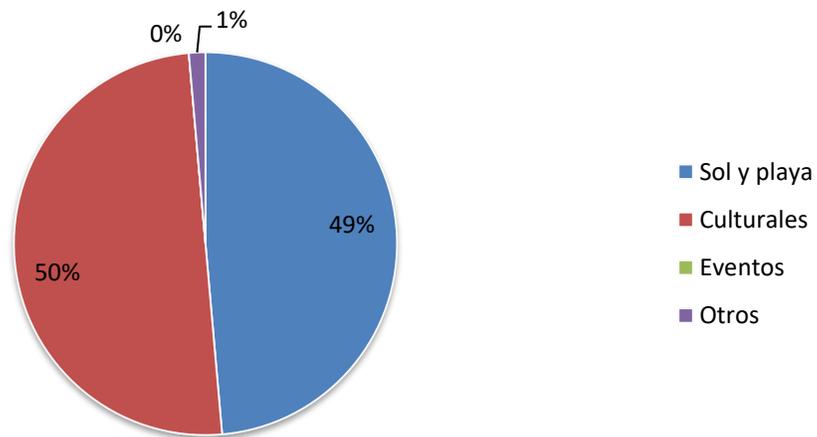
¿Cómo califica nuestras instalaciones?



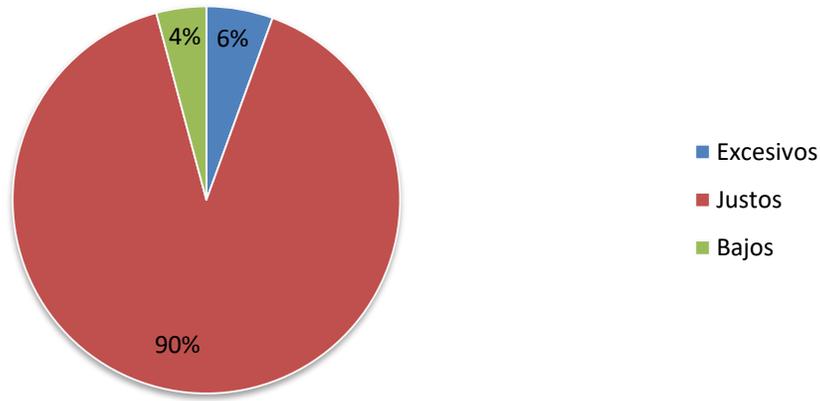
Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?



¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?



¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?



Resultados comparativos

La edad de los clientes varía sustancialmente, al inicio del proyecto la edad era muy diversa, actualmente si bien sigue siendo diversa. Los clientes entre 61 a 70 años, aumento siendo este sector el que tuvo más afluencia en la agencia de viajes con el 28% del total.

Las mujeres siguen siendo el sexo predominante en la adquisición de los paquetes turísticos, con el 68% de las encuestadas. Sin embargo es importante mencionar que si existe un repunte de afluencia de varones como clientes con un 32%.

Debido a la alianza que se realizó con viajes amanecer es importante evaluar el impacto de la publicidad y de esta manera conocer cómo es que los clientes llegan a la agencia de viajes, pues los paquetes de Viajes Amanecer funcionaron como gancho para atraer más clientes a la oferta de la agencia. De ello se tiene que el 81% de los encuestados llegaron a la agencia por

recomendación. Mientras que el 19% fueron los clientes que ya son habituales de la agencia de viajes.

Para evaluar los cambios físicos que se realizaron en la agencia se le pregunto a los encuestados, cuál era su percepción acerca de las instalaciones por lo que el 71% refirieron que las instalaciones de la agencia son buenas, 22% que se encuentra en excelente estado y 7% en estado regular, estos últimos indicaron que la oficina les parece pequeña.

Por otro lado se evaluó el impacto de los nuevos paquetes turísticos en la agencia, respondiendo a una necesidad de los clientes habituales de que exista una oferta más diversa. Entonces el 97% de los encuestados se manifiestan conformes con los paquetes que vende la agencia de viajes. Mientras un 3% menciona que algunas veces.

En cuanto a los destinos más vendidos en la agencia de viajes, se obtuvieron resultados muy similares, pues un 50% de los encuestados prefieren destinos culturales mientras que un 49% prefieren destinos de sol y playa.

Finalmente los precios de la agencia, al 90% de los clientes le parecen justos, 6% excesivos y 4% bajos. Esta preguntase efectuó para conocer el resultado de una necesidad de mercado, ya que los clientes de FunTour, manifestaban que el factor económico era una determinante para viajar, por lo que se abrió una mayor diversidad de viajes, con mayores facilidades en donde los clientes puedan viajar a bajo costo.

La propuesta de mejora responde a la problemática de la agencia de viajes que es la baja en ventas, para lo cual se llevaron a cabo diversas estrategias y planeación estratégica para

identificar las necesidades reales de los clientes y de esta manera la agencia pudiera vender lo que realmente necesitaban estos, a su vez de crear una línea para abrir un nicho de mercado, caracterizado por tener disponibilidad de tiempo y los recursos económicos necesarios para viajar. Al realizar la sinergia con viajes Amanecer, los clientes de FunTour abrieron su panorama hacia opciones de viajes más económicas, lo que se tradujo en recomendaciones y de esta manera se atrajo una gran afluencia de clientes nuevos, sin perder a los clientes habituales.

Al implementar la propuesta de mejora se benefician los clientes de la agencia gracias a la diversidad de oferta, a su vez se mejora la imagen de la agencia a través de cambios físicos y también debido al aumento de ingresos por concepto de ventas.

Análisis de la intervención

La diversidad en la oferta es fundamental para que los clientes mantengan el interés en los paquetes que vende la agencia de viajes, gracias a la sinergia con Viajes Amanecer, los clientes externos pudieron conocer los paquetes de FunTour.

La propuesta de mejora tiene que ver con los objetivos que se trazaron en el presente proyecto en la medida de aumentar los ingresos a través de conocer las necesidades reales de los clientes. Una constante a lo largo del proyecto es la lealtad de los clientes con los que cuenta FunTour pues cuenta con una imagen respaldada por el prestigio y tiempo en el mercado.

SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO

Al inicio del presente proyecto FunTour se encontraba perfectamente posicionada entre sus clientes, respaldada por más de 20 años de experiencia, la agencia cuenta con absoluta lealtad de sus clientes habituales, sin embargo presentaba un decremento en las ventas. Para realizar la propuesta de mejora se realizó una investigación de mercado, que permitiera conocer cuáles son las necesidades reales de los clientes de la agencia de viajes, específicamente los clientes mayores de 60 años, con la finalidad de enfocar la planeación estratégica a abrir este nicho de mercado, es decir gracias a la especialización del servicio como propuesta de valor, para que la agencia diversificará su oferta y a través de productos gancho incrementar la afluencia de clientes en la agencia de viajes y de esta manera aumentar los ingresos. Por otro lado se realizó un análisis de los elementos internos y externos que envuelven a la agencia de viajes, para saber cómo afectan su operación, como se ha venido mencionando a lo largo del proyecto la competencia es cada vez más alta y especializada. Por lo que se realizaron mejoras en la agencia de viajes, para mejorar su presencia ante el mercado, así como formalizar los procesos internos como consecuencia de la planeación y de esta manera hacerlos más eficientes y optimizar eficientemente los recursos de la agencia. Se estableció un marco filosófico, que tuviera congruencia con los valores organizacionales y la misión y visión a futuro de la empresa.

Como parte de la planeación estratégica se realizó un cambio en el establecimiento de objetivos organizacionales, que fueran realistas y cuya finalidad sea alcanzarlos en el plazo que sea establecido.

Con la ayuda del gerente Jorge Armando López Flores, se realizaron encuestas a los clientes, para saber si la oferta de la agencia se adecua a sus necesidades, lo que permitió ver que el

factor económico era un factor que influía para la compra de algún paquete turístico y de esta manera crear la propuesta de mejora que ayudaría a resolver la problemática de la agencia de viajes que es la baja en ventas. La sistematización de presente proyecto se lleva a través de cuatro etapas: Descripción de la intervención, análisis de la intervención, conceptualización, conclusiones y propuestas.

Descripción de la intervención

Derivado de la problemática de la agencia de viajes, que era la baja en ventas. Se diseñó una planeación estratégica que incluye los cambios internos y externos, que permitirán a la agencia llegar a su mercado meta, en este caso en de los adultos mayores, quienes revelaron en una primer encuesta tener interés sobre los destinos culturales a precios más accesibles. Se identificó que los principales ingresos de la agencia de viajes, devienen de la venta de paquetes turísticos.

Como propuesta de valor se ofertaron paquetes más económicos que llevaran nuevos clientes a la agencia de viajes y esto se realizó gracias a la sinergia con viajes amanecer la cual está especializada en excursiones de tipo cultural a lo largo del territorio nacional aumentando de esta manera la afluencia de visitantes a la agencia en un periodo de Enero del presente año al mes de Abril. A través de estos productos al respaldar su oferta con la imagen de FunTour, devino en un incremento en la afluencia de clientes en la agencia de viajes, quienes adquirieron los paquetes turísticos de la agencia de viajes.

El nicho a penetrar inicialmente era el de adultos mayores, de tal manera que se especializara la oferta hacia este sector ofertando destinos culturales nacionales a bajo costo, sin embargo al

evaluar la intervención se observa una afluencia de clientes de edades muy diversas y no solo de adultos mayores.

La dinámica para la implementación de la planeación estratégica y la propuesta de mejora la siguiente:

1. Se evalúa junto con el asesor externo la problemática de la agencia de viajes, para determinar los factores intrínsecos y extrínsecos que intervienen en la problemática de la baja en ventas.
2. Se realiza un rediseño de los procesos internos de la agencia de viajes para ello se rediseñan los objetivos organizacionales, se actualiza el marco filosófico, se crea perfil de puesto, organigrama, manual de procedimientos, así como políticas y reglamento interno.
3. Una vez determinada la situación real de la empresa, se procede a realizar un análisis de mercado, en donde los clientes manifiestan que les gustaría que la agencia tuviera mayor diversidad en su oferta, pues el factor económico y de destinos influye en los clientes de FunTour para la elección de un destino. Por lo que se decide ubicar a mayoristas locales, que se adecuen a las necesidades de los clientes de FunTour.
4. Se contacta con viajes Amanecer, para verificar si trabajaban bajo el esquema de comisiones a la agencia de viajes, por la venta de sus productos.
5. Envían el esquema vía correo electrónico y se realiza una entrevista para verificar la veracidad y autenticidad de su oferta, la canalización de clientes y el medio de pago y comisiones.
6. Viajes Amanecer envía toda la información de los viajes, así como la publicidad la cual fue redistribuida a través de Redes Sociales, Whatsapp publicidad en la agencia de viajes y correo electrónico.

7. Los clientes habituales comenzaron a adquirir los paquetes, los cuales al ser más económicos atrajo a nuevos clientes a través de los clientes antiguos, quienes comienzan a recomendar a la agencia de viajes FunTour gracias a su imagen de marca y prestigio en el mercado.
8. Los nuevos clientes conocieron la oferta tradicional de la agencia y hubo un repunte en ventas en el mes de Abril.
9. Para mejorar la imagen de la agencia, se realizó una limpieza profunda y una reorganización del local para mejorar el orden y limpieza.
10. Para conocer los resultados de la implementación de la propuesta de mejora, se realiza una segunda encuesta en donde se evalúa la satisfacción del cliente.

Por lo que se distribuyó publicidad principalmente por medio de whatsapp y Facebook, que incluía la imagen de FunTour como referencia para la adquisición de los paquetes turísticos. Todas las promociones se realizan por medio de estados de Whatsapp, porque ha tenido muy buena respuesta por parte de la gente, hasta ahora ha resultado ser el medio más efectivo para llegar al mercado, ya que los clientes los ven a sus necesidades y tiempo.

Publicidad integrada FunTour y Viajes Amanecer.



Fuente: Viajes Amanecer (2019)

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas Vo.Bo: Gerente General

FUNTOUR S.A. DE C.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66
S.C. DE C.V. REG. 13 853
AUT. GTO. 15 M. 1401197

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx., C.P. 37000
e-mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Viajes Amanecer 2019



Fuente: Viajes Amanecer (2019)

Elaborado por: Claudia Gpe. Aguilar Venegas Vo Bó: Gerente General

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx. C.P. 37000
 e-mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

FUNTOUR S.A. DE C.
 LIBERTAD # 228 CENTRO
 LEÓN, GTO. TEL. 716 9966
 P.C. PUN. 98713 853
 AGENCIA MUNICIPAL

Fuente: Viajes Amanecer 2019

Basados en las rutas de apoyo planteadas en la planeación estratégica se buscaron mejorar los márgenes de utilidad a través de la sinergia con otras agencias de viajes, cuya oferta fuera de calidad y además económica.

Análisis de la intervención

FunTour inicialmente no ofrecía nada distinto de los paquetes que venden sus competidores directos, incluso presentaba una seria desventaja en relación a estos, pues Viajes Jovi, debido a su ubicación estratégica y años de experiencia, siendo una de las primeras agencias de viajes de la ciudad, posee todos los recursos necesarios para mantenerse competitiva en el mercado. Sin embargo una vez que se realizaron los cambios físicos y comerciales de la agencia de viajes, se comienza a ver mejoría en los primeros cuatro meses del presente año. Al explorar las necesidades reales de los clientes, se crearon las bases sobre las cuales se debía implementar la propuesta de mejora, lo que ayudo a mejorar el servicio de la agencia, pues al hacer una revaloración de los procesos se adaptaron nuevos elementos que permitieron dar un mejor servicio al cliente y un seguimiento post- venta. La apertura a nuevos y económicos paquetes turísticos hizo que la agencia saliera de su zona de confort y se abrió un panorama con nuevas expectativas para la agencia y lograr a mediano plazo a la agencia de viajes FunTour como líder en el mercado regional.

El factor clave que funciono en la implementación de la propuesta de mejora fue la diferenciación de los productos en relación con sus competidores. Los clientes por su parte estarían adquiriendo paquetes vacacionales con la seguridad de estar comprando calidad y con satisfacción garantizada.

Los actores directos en la sistematización del presente proyecto son:

- Agente de viajes. Gerente. Jorge Armando López Flores
- Prácticamente. Claudia Guadalupe Aguilar Venegas
- Clientes y recomendados de la Agencia de Viajes FunTour.

Los actores indirectos beneficiados del presente proyecto y su propuesta de mejora.

- Clientes de FunTour
- Rentabilidad de la Agencia de Viajes.

Aliados clave

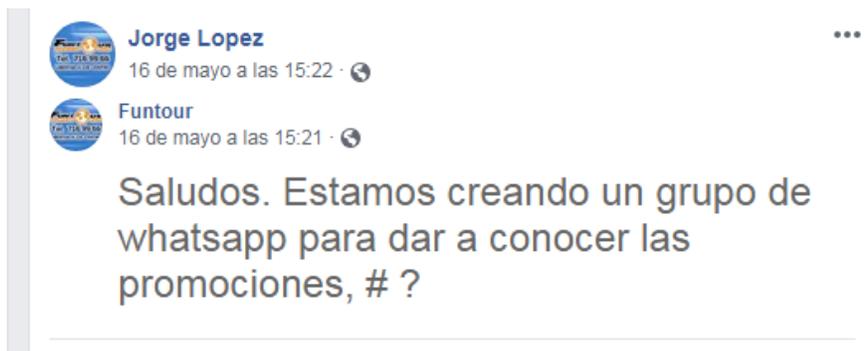
- Viajes Amanecer.

Reunión con colaboradores y clientes.



Fuente: Elaboración propia.

Presencia en redes sociales



Fuente: Elaboración propia.

Conceptualización

El mercado es cambiante y si una empresa busca mantenerse competitiva en el mercado, es de vital importancia adaptarse a los cambios y mantenerse en un proceso de mejora continua, que permita adaptar nuevos elementos a la operación de la agencia de viajes. Por ello se estableció una misión que sirva como objetivo o punto de referencia para los miembros de la agencia y que estos internalicen la misión como parte de su cultura organizacional, entonces al replantearlo se requiere que se involucren los actores activos del presente proyecto, quien en este caso es el personal de la agencia de viajes, siendo beneficiados los clientes de FunTour.

Los clientes al ser analizados buscaban alternativas de destinos y precios, adicionales a lo que ya ofrece la agencia de viajes y de ahí surge la idea de crear una estrategia de mercado que establezca una sinergia que traiga ventajas a todos los involucrados, que son los clientes y ambas agencias de viajes. Para establecer el eje de la sistematización es importante retomar el propósito del presente proyecto, que es crear una planeación estratégica y una propuesta de mejora para disminuir la problemática de la agencia de viajes, que es la baja en ventas.

Al ir implementando los cambios en la agencia primero fue necesario realizar una reestructuración interna que permitiera definir claramente cuál iba a ser los pasos a seguir, lo que se reflejó en los cambios en la estructura interna, así como reacomodo de la agencia de viajes y posteriormente se analizaron las necesidades reales de los clientes a través de las encuestas, para posteriormente implementar las mejoras y volver a realizar una nueva encuesta para conocer los resultados de los cambios.

El nicho de mercado a atraer inicialmente fue el de la tercera edad, sin embargo cuando se implementaron los cambios y gracias a la recomendación, fueron clientes de varias edades los que acudieron a la agencia de viajes y quienes adquirieron nuevos paquetes.

Actualmente la agencia se encuentra en una fase de crecimiento en relación al año pasado, como consecuencia de su manejo positivo al cambio y la diversificación de su oferta.

La sinergia dio un resultado positivo a la problemática de la agencia de viajes, que es la baja en ventas, lo que significó un repunte de estas, lo cual se puede identificar en los indicadores financieros comparativos del 2018-2019.

Informe de ingresos 2018-2019



En relación a los ingresos en la Agencia de Viajes FunTour S.A de C.V, con información proporcionada por el Gerente Jorge Armando López Flores, se puede observar un impacto positivo en relación a los ingresos de FunTour respecto al periodo Enero – Abril 2018 a Enero – Abril 2019. De igual manera con la finalidad de impactar en la mejora de los ingresos se trabajó también con otro indicador para disminuir los gastos administrativos de FunTour y de esta manera optimizar los recursos de la agencia de viajes y se pueda aumentar la rentabilidad.

Comparativo de ingresos 2018-2019

Indicadores Financieros	Unidad de Medida	Ventas 2018				Ventas 2019			
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ingresos (Miles de pesos)	PESOS	11744	13867	36700	15930	37820	38639	56902	70671
otros gastos	Pesos	4698	5547	14680	6372	24268	22761	15456	14008
UTILIDAD	% utilidad	7046	8320	22020	9558	13552	15878	41446	56663
TOTAL									

Fuente: Gerencia General. Elaboración propia.

Las ventas han aumentado debido a dos factores principales:

- Se amplió el mercado gracias a la llegada de nuevos clientes en la agencia de viajes.
- El mes de abril tuvo un repunte importante debido a una excursión masiva de 75 personas que fueron enviadas en excursión a Europa el día 10 de abril. Aunado a los paquetes que se adquieren con motivos vacacionales en semana santa y pascua, y cuyos paquetes fueron liquidados a principios de mes, pero que fueron promocionados desde enero del presente año.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN-080713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico de comparativo de ingresos 2018-2019



Comparativo de ingresos 2018-2019



Fuente: Gerencia General. Elaboración propia.

Las ventas inician con un repunte importante desde el mes de enero, tendencia que viene a la alza desde Diciembre de 2018. Un factor que es importante destacar es que el objetivo era atraer al mercado de la tercera edad. Sin embargo los nuevos clientes no solo son adultos mayores, ya que gracias a la recomendación de los servicios de la agencia de viajes se han acercado clientes con un perfil variado. La sinergia con viajes amanecer, permitió que los clientes conocieran nuevas alternativas de viaje, además de que la agencia cuenta con terminal bancaria y plazos para realizar los pagos de los viajes. Fue a partir del mes de marzo en donde se refleja un aumento de la afluencia de clientes nuevos en la agencia de viajes FunTour.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Informe: Captación de clientes.



Gráfico comparativo captación de clientes 2018-2019



Fuente: Gerencia General. Elaboración propia.

En relación a los gastos, se buscaron nuevas maneras de ahorrar en insumos, en cuanto a los gastos fijos de la agencia de viajes como el arrendamiento no hubo cambios. Los servicios de luz eléctrica, fueron bajados debido al ahorro de energía: como mantener apagados aparatos que estén en desuso, así como desconectar computadoras de la parte trasera si no se encuentran en uso. Se sugirió cambiar lámparas de alógeno por luces led. Y cambiar de proveedor de internet y teléfono, ya que actualmente la agencia cuenta con un servicio caro y deficiente, que ha repercutido en fallas en la línea telefónica afectando la productividad de la agencia. Por lo que se ha tenido un cambio de proveedor a la línea telefónica de Telmex.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MUNDORISTA

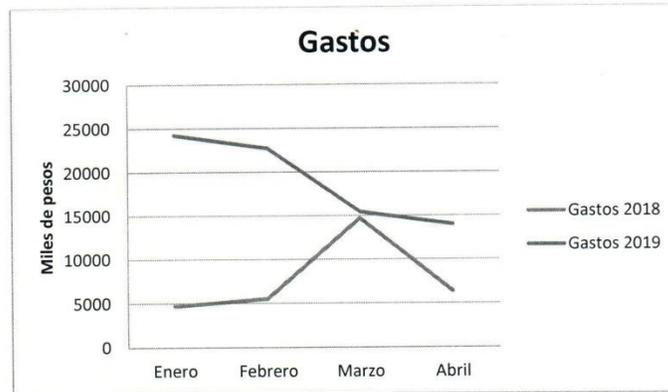
Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Comparativo de gastos 2018-2019



Estos cambios han impactado en la disminución de gastos de la agencia, lo que se puede observar en el siguiente gráfico:



Fuente: Gerencia General. Elaboración propia.

En el anterior gráfico se observa como los gastos han sido más elevados en el presente año en relación al inicio del 2018, esto es debido a que poco a poco se fueron implementando las mejoras, sin embargo la utilidad de la agencia de viajes no se ha visto afectada, todo lo contrario si bien es cierto que los gastos han sido más elevados, la utilidad también ha aumentado.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA DE VIAJES

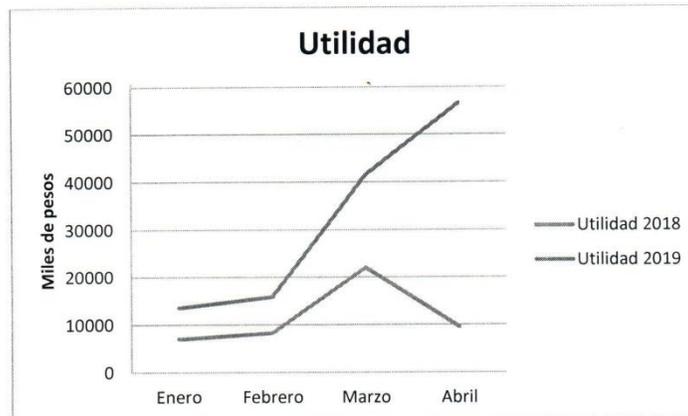
Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Comparativo utilidad 2018-2019



Comparativo de utilidad 2018-2019



Fuente: Gerencia General. Elaboración propia.

Las utilidades se dispararon en el mes de abril debido a la gran afluencia de clientes, y un viaje masivo que se realizó a Europa.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA DE VIJAJES

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

El Término turismo es muy amplio, no discrimina y es una de las industrias que mayor derrama económica atrae a los países, en el caso de México representa un importante ingreso de PIB, de ello deriva la importancia que el gobierno da en fomentar el crecimiento del turismo nacional, si bien la especialización puede crear grandes beneficios para una empresa, los clientes son quienes forman lo que necesitan de los prestadores de servicios, es por ello que en el presente proyecto una de las cuestiones es que cambio en el camino el nicho de mercado, pues la demanda se presenta un perfil psicográfico variado.

La planeación estratégica brinda a las empresas las directrices sobre la cual actuar, y ejecutar lo planeado contra lo realizado, para establecer las bases necesarias para operar de manera competitiva en el mercado. Actualmente las empresas que se mantienen activas en el mercado son las que aprenden y desaprenden los procesos, buscando siempre la satisfacción del cliente. FunTour ofrecía sus servicios a un mercado con alto poder adquisitivo, sin embargo es necesario ofrecer otro tipo de paquetes que sean atractivos por su precio y al conocer la agencia estos pueden adquirir otro tipo de paquetes, al verificar la estabilidad que FunTour tiene en el mercado.

Es de suma importancia conocer cuáles son las necesidades reales de los clientes, de ahí deriva la importancia de las encuestas de satisfacción, procurar que estas sean constantes en donde el cliente sienta la confianza de externar sus inquietudes, las quejas siempre son una oportunidad de mejora, que le genera competitividad a las empresas. Por ello aunado al lineamiento de rutina, se propone una encuesta de satisfacción de fácil llenado en donde el cliente, pueda externar sus opiniones.

Formato encuesta de satisfacción.



Encuesta de satisfacción

Nombre: <input type="text"/>	Fecha: <input type="text"/>
Email: <input type="text"/>	Sexo: <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F
Procedencia: <input type="text"/>	Edad: <input type="checkbox"/> Menor de 29 <input type="checkbox"/> De 30 a 40 <input type="checkbox"/> Mayor de 40
Tipo de Viaje: <input type="checkbox"/> Placer <input type="checkbox"/> Negocios	Cliente: <input type="checkbox"/> Esporádico <input type="checkbox"/> Habitual <input type="checkbox"/> 1a Vez
Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.	
	☺ ☹
	Excelente Bueno Regular Malo
a) ¿Cómo fue el servicio que le proporcionó el personal de nuestra agencia de viajes?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica la variedad de los productos o servicios que le ofrecemos?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros servicios?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
e) ¿Los precios están acordes con la calidad y el servicio?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

¿Por qué medio se enteró de nosotros?

Agradecemos cualquier comentario

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN980713 BX3
AGENCIA MONORISTA

Propuestas

La planeación es la base de operación de una empresa, en donde las acciones estén encaminadas hacia la consecución de objetivos, los cuales tienen sus respectivos tiempos. Tiene que ver con la ejecución, entonces es necesario que la empresa se apegue a la planeación para alcanzar sus metas.

Por otra parte es necesario realizar una evaluación constante que permita a las empresas mantenerse actualizadas, en cuanto a tecnología, GDS, marco legal y prestador de servicios emergentes que puedan abarcar una gama aún más amplia de oferta de calidad.

Por ello es muy importante realizar una evaluación constante acerca de la satisfacción del cliente para que los clientes puedan manifestar libremente sus necesidades y de esta manera conocer si existen cambios en cuanto a sus gustos y preferencias.

Propuestas:

PROPUESTA: Evaluar la satisfacción del cliente



FunTOUR
AGENCIA DE VIAJES

Objetivo: Realizar las encuestas de satisfacción, toda vez que se lleve a cabo una venta, de tal manera que los clientes puedan manifestar su grado de satisfacción con los servicios prestados y si es necesario implementar mejoras.

Alcance: Evaluar la satisfacción del cliente permite a la empresa conocer como es el desempeño de la empresa, así como también permite detectar oportunamente áreas de oportunidad.

Tiempo: Las encuestas se aplican cada que se consolida una venta, para recabar su información de manera mensual y elaborar un concentrado.

Recursos:

Humanos:

- ✓ El Gerente proporciona al cliente la encuesta de satisfacción.
- ✓ Cliente.

Materiales:

- ✓ Volantes con encuestas de satisfacción.
- ✓ Buzón de sugerencias.

Tecnológicos:

- ✓ Realizar concentrado mensual, con ayuda de Excel.

Limitaciones: La aplicación de la encuesta puede resultar rutinaria a los clientes pueden tener negativa a llenarla por diversos factores. Sin embargo es necesario insistir amablemente pues es una manera eficaz de detectar áreas de oportunidad.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN, GTO. TEL. 477.716.99.66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIADOR DE VIAJES

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta:

PROPUESTA: Analizar la oferta de los competidores.



FunTOUR
AGENCIA DE VIAJES

Objetivo: Ver la oferta de otras agencias de viajes para que de la mano de las encuestas de satisfacción, realizar las acciones convenientes para ajustarse a la oferta que el mercado demande.

Alcance: Mantiene una vigencia en el mercado gracias a la adaptación y la diversificación de la oferta a las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

Tiempo: El monitoreo de la competencia se recomienda que se realice cada semana, y se elabore un informe mensual, para planear estrategias competitivas.

Recursos:

Humanos:

- ✓ El Gerente realiza investigación de competencia.

Materiales:

- ✓ Publicidad de competidores.

Tecnológicos:

- ✓ Páginas web de competidores.

Limitaciones: La evaluación de la competencia puede resultar difícil porque es una sola persona ya que en ocasiones es necesario recurrir directamente con los competidores para recabar información.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEÓN GTO. C.P. 37000
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta:

PROPUESTA: Especialización.



FunTOUR
AGENCIA DE VIAJES

Objetivo: La especialización en el nicho de mercado de la tercera edad, puede resultar sumamente eficaz para la competitividad de la empresa a largo plazo. Por ello es necesario comenzar a diseñar paquetes turísticos especializados para este sector.

Alcance: La especialización puede atraer una gran cantidad de clientes a la agencia, pues implica paquetes especialmente diseñados para cubrir las necesidades del mercado meta.

Tiempo: La especialización lleva por lo menos un año.

Recursos:

Humanos:

- ✓ El Gerente comienza a armar los paquetes especiales para adultos en plenitud.

Materiales:

- ✓ Creación de Marca.
- ✓ Publicidad

Tecnológicos:

- ✓ Redes sociales y pagina web.

Limitaciones: La especialización implica mucho trabajo previo, pues la agencia comenzará a hacer sus propias excursiones, el proyecto tarda en despegar y contrarrestando la utilidad con la cantidad de trabajo, puede demorar en posicionarse.

FUNTOUR S.A. DE C.V.

LIBERTAD # 228 COL. CENTRO

LEÓN, GTO. TEL. 716 99 66

R.F.C. FUN 980713 BX3

AGENCIA DE VIAJES

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

INFORME DE RESULTADOS

Conclusiones

Las agencias de viajes minoristas se encargan de llegar al cliente final y son las que se encargan de llevar a estos los paquetes que organizan las agencias de viajes mayoristas y las operadoras. Al inicio del proyecto con apoyo del asesor externo se llegó a la conclusión de que la diferenciación la da el servicio, realmente no es otro factor.

FunTour se encontraba en esa posición, empresa en etapa madura que de no haber cambios iba camino hacia el declive, por lo que fue necesario implementar acciones correctivas que permitieran atraer nuevos clientes a la agencia de viajes. Por lo que se establece una planeación estratégica que permitiera llevar a cabo los cambios internos necesarios para ejecutar la propuesta de mejora, en la que intervenían más factores externos, como es la sinergia con viajes amanecer.

Al realizar el análisis de mercado para conocer las necesidades reales de los clientes de FunTour, se buscó enfocar las estrategias hacia la penetración de mercado de los adultos mayores, es decir especializar el servicio de la agencia hacia ese nicho de mercado. Sin embargo al realizar la sinergia, se encontró que:

- Los adultos mayores suelen viajar acompañados de sus familiares.
- Los destinos culturales, son también del interés de la población de edad diversa.
- El precio es determinante para la adquisición de un paquete turístico.

- La recomendación de boca en boca fue la publicidad más efectiva, específicamente en este caso.
- El monitoreo de la satisfacción de los clientes es fundamental para saber si se están cubriendo las necesidades de los clientes.
- La imagen de marca “FunTour” cuenta con prestigio en el mercado, que le dio respaldo a Viajes Amanecer que tiene menos tiempo operando.

El proyecto se inclinó hacia ofertar paquetes más económicos en lugar de paquetes especializados para adultos mayores, pues el perfil de clientes nuevos fue de edad diversa. Cabe mencionar que una cuestión que no se modificó en la implementación del plan de mejora fue que la finalidad de ofertar paquetes turísticos más económicos, era la de atraer nuevos clientes a la agencia de viajes, para que estos conocieran la oferta con la que ya cuenta FunTour, lo que funcionó. Pues los nuevos clientes adquirieron varios paquetes, lo que logró el grupo que fue enviado a Europa en abril.

Para comenzar con los cambios se diseñó la planeación estratégica, la cual fue la base para actuar. En primera instancia se rediseñó el marco filosófico, pues los objetivos cambiaron, con base al interés de la agencia actualmente. La misión y visión también cambiaron con la finalidad de crear un punto de referencia para que los empleados actúen en función de estos como motivación hacia el logro de objetivos, a su vez apegándose a la cultura organizacional, para crear una identidad y personalidad y en la visión conocer hacia donde se dirige la empresa, lo que le gustaría llegar a ser en un

futuro. Estos cambios sirvieron para motivar al personal hacia la mejora continua saliendo de la zona de confort.

Logros:

1. Incremento de la rentabilidad de FunTour
2. Aumento en la participación de mercado
3. Diversificación de la oferta.
4. Mejoro la imagen física y mercadológica de la agencia.
5. Unificación de fuerzas con otra agencia de viajes, que trajo beneficios para ambas agencias.
6. Se establecieron medidas para conocer el grado de satisfacción del cliente.

Dificultades:

1. La creación de paquetes especializados para personas de la tercera edad, fue descartada, pues implicaba gran trabajo y poca utilidad inicial.
2. La sinergia inicialmente causo desconfianza, por el poco tiempo que tiene viajes amanecer en el mercado.
3. El horario de la agencia no se pudo ampliar debido a la inseguridad de la ciudad.
4. Inicialmente la idea de ofertar paquetes más económicos, no fue fácil de implementar debido al nivel de viajes que maneja la agencia, focalizados al mercado con alto poder adquisitivo.

Como respuesta a la problemática planteada las acciones realizadas dentro de la agencia de viajes se partió desde dos objetivos:

1. Aumentar los ingresos un 10% respecto al mismo periodo en 2018
 - a. Campaña de publicidad
 - b. Diseño de promociones
 - c. Diseño de nuevos productos
2. Disminuir los gastos de administración en un 10%.
 - a. Análisis de gastos realizados por concepto.
 - b. Platicas de sensibilización al personal.
 - c. Optimizar los recursos de la empresa.

Para implementar los cambios fue importante la capacitación en torno a la planeación estratégica, de tal manera que se resalte la importancia de ejecutar las estrategias para mejorar la competitividad de la empresa. Cabe resaltar que la capacitación entorno a los destinos nacionales e internacionales son una constante, que profesionaliza el servicio que ofrece la agencia:

Capacitación AMResorts – Latham



Fuente: Elaboración propia.

Capacitación CDMX



Fuente: Elaboración propia.

Después de implementar la planeación estratégica y la propuesta de mejora, la situación actual de la empresa es la siguiente:

Matriz DOFA



MATRIZ DOFA

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El horario suele ser corto, lo que limita la apertura y por ende llegada de clientes a la agencia. • Resistencia al cambio a nuevas estrategias de mercado. • La motivación del personal. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores en el mercado. • Situación internacional con Estados Unidos. • Desarrollo de productos y servicios más accesibles y económicos a los clientes.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencia de viajes con prestigio. • Renovación de la imagen de la agencia. • Conocimiento de la Planeación estratégica • Excelente servicio al cliente. • Aumento significativo de ingresos, que mantiene a la agencia competitiva. • Diversificación en la oferta. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Especialización del servicio para adultos mayores. • Buena recomendación de boca en boca. • Desarrollo de nuevos productos. • Mayor demanda de los viajes.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
 LIBERTAD # 228 CENTRO
 LEON, GTO. TEL. 716 99 66
 R.F.C. FUN 980713 BX3
 AGENCIA MEXICANA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
 e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Estrategias



Estrategias FO

- Ejecución de la planeación estratégica para mejorar la competitividad.
- Maximizar la recomendación de boca en boca, que ha resultado ser la publicidad más efectiva para FunTour.
- Seguir diversificando la oferta a través de la especialización.
- Aprovechar la tendencia actual de viajar más.

Estrategias DO

- Ampliar el horario de la agencia de viajes.
- Crear nuevos e innovadores paquetes.
- Internalizar y practicar la cultura organizacional.
- Aprovechar la recomendación de boca en boca para crear nuevos canales de promoción con los clientes.
- Mejorar la imagen de la agencia constantemente, para dar una apariencia novedosa y alineada.

Estrategias FA

- Mantener la imagen y prestigio de la agencia.
- Renovar la oferta constantemente.
- Publicidad atractiva para llegar al mercado meta.
- Incrementar participación en Redes Sociales.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.



Estrategias DA

- Dar incentivos al personal.
- Fomentar el Desarrollo Organizacional
- Mantener los objetivos de la PE, como meta diaria y motivadora.
- Seguir evaluando encuestas de satisfacción.

La participación en el mercado también se incrementó con mayor presencia principalmente en Facebook.

Promociones FunTour



Fuente: Elaboración propia.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD #228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FUN 980713 BXS
AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia

Promoción Hot Sale



Promociones Hot Sale



Funtour

28 de mayo a las 22:07 · 🌐

Hot sale 🔥

Paquete VAMOS CON TODO 🚗 🚗 🚗 (5 días) 26 al 30 de agosto.

Reflect Cancún todo incluido \$9283 por pasajero.

Incluye

- ✓ vuelos redondos con volaris de bjax
- ✓ primera maleta documentada
- ✓ traslados in/out
- ✓ hospedaje en plan todo incluido

Aparta con el 35% del total y paga el resto a 30 días antes de la llegada.

#oportunidadesdeviajar #cancunhotsale



Fuente: Elaboración propia.

FUNTOUR S.A. DE C.V.
LIBERTAD # 228 CENTRO
LEON, GTO. TEL. 716 99 66
R.F.C. FFN 980713 BX3
AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

Mejoras Antes y Después



Para evaluar el impacto de la planeación estratégica con ayuda del asesor externo el Ing. Jorge Armando López Flores, se creó y evaluó una lista de cotejo, para conocer cuáles son los objetivos que se están trabajando y detectar áreas de oportunidad, para evaluar lo planeado contra lo realizado:

Antes	Después
Marco Filosófico obsoleto.	Se actualizó la Declaración de Misión, Visión y Valores.
No existían Lineamientos de rutina	Se establece lineamiento de rutina.
Objetivos poco realistas	Se establecieron objetivos medibles y realistas.
Oferta limitada	Se diversifico la oferta, abriendo la línea a paquetes más económicos.
Instalaciones con organización y limpieza deficiente.	Se dio una reorganización de los estantes, escritorios y parte trasera de la oficina.
No existía correcto manejo de recursos.	Se realizaron procesos internos para evitar fugas y desperdicios de recursos.
No se daba seguimiento a las peticiones de los clientes.	Se realizan encuestas de satisfacción para conocer las necesidades reales.
No existía un código de conducta	Se establece código de conducta interno.
No existía un perfil de cliente	Se identifica perfil de cliente de FunTour
Publicidad limitada a los clientes.	Publicidad se expande a través de viajes amanecer, siendo la recomendación de boca a boca la más efectiva.

FUNTOUR DE C.V.
 LIBERTAD # 228 CENTRO
 LEON GTO. TEL. 716 99 66
 R.F.C. FUN 980713 BX3
 AGENCIA MENORISTA

Tel. 477.716.9966 Cel. 477.700.1997 Libertad # 228 Col. Centro, León Gto. Méx, C.P. 37000
 e.mail: funtour20@hotmail.com www.funtour.com.mx

Fuente: Elaboración propia.

FUENTES DE CONSULTA

Acerenza, M.A. (2010), Agencias de Viajes. Organización y Plan de Negocios, México: Trillas.

Ávila C & Rivera N (2012, abril 24) Cómo realizar la Metodología de su propuesta de Investigación. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=k5EEHnLqU-s>

Aragón, A. y Rubio. A (2005) Factores explicativos del éxito competitivo. Contaduría y Administración.

Cabrera, A., López, P. y Ramírez, C. (2011) La competitividad empresarial, documentos de investigación. Bogotá Colombia: Ediciones Fundación Universidad Central.

De la Torre, F. (2010), Agencias de Viajes, Estructura y Operación. México: Trillas.

Enciclopedia de Ejemplos (2017). "Objetivos Generales y Específicos". Consultado: marzo 25, 2018 Disponible en: <http://www.ejemplos.co/10-ejemplos-de-objetivos-generales-y-especificos/>

Fernández, A. (2012). Conceptos de Estrategia Empresarial. Recuperado de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf

Fred, D. (2013) Administración estratégica, 14ª. Edición, México. Ed. Pearson.

Hernández M (2012) Tipos y Niveles de investigación. Consultado: Junio 1, 2018. Disponible en: <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>

Hernández Sampieri, Roberto; et al. Metodología de la Investigación. 6ª. Ed. McGraw-Hill. México, D.F., 2014. Pág. 126 - 168.

Instituto de Investigaciones en Comunicación (2018). Líneas de investigación. Consultado: marzo 25, 2018 Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/iicom/content/l%C3%ADneas-de-investigaci%C3%B3n>

Informe de la Comisión Especial de la Cámara de los Lores sobre Comercio Internacional (1985). En Warner, A. (s/f). Definición y evaluación de la competitividad: consenso sobre su definición y medición de su impacto. Recuperado de <http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/TallerBasesdeDatosRep.Dom/Documentosypresentaciones/2.2Warner.pdf>

Navarro, A. (2013) Elementos de Planeación Estratégica. Metodología y ejemplo desarrollado. Consultado: junio 2, 2018. Disponible en: <https://www.grandespymes.com.ar/2012/01/22/elementos-de-planeacion-estrategica-metodologia-y-ejemplo-desarrollado/>

Normas APA (2018). ¿Cómo formular los objetivos de la tesis? Consultado: marzo 25, 2018 Disponible en: <http://normasapa.net/como-formular-objetivos-tesis/>

Normas APA (2018). Normas APA 2018 – 6ta (sexta) edición Consultado: marzo 26, 2018
Disponible en: <http://normasapa.net/2017-edicion-6/>

Normas APA (2018). Marco Teórico: ¿Qué es y cómo elaborarlo? Consultado: Mayo 10, 2018.
Disponible en: <http://normasapa.net/marco-teorico/>

Madrazo, R & María L (2009) Conceptualización de la demanda turística. Consultado Mayo 10, 2018. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>

Metodología de la Investigación. - Hernández Sampieri, Roberto & coautores. - Mc. Graw Hill, edición electrónica PDF, 2010.

Organización Mundial del Turismo (2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. Consultado: marzo 25, 2018 Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

Porter, M.E (1998) Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Editorial Continental.

Porter, M. E. (2009). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. México: Grupo Editorial Patria.

Revista ARQHYS. 2012, 12. Historia de las agencias de viajes. Equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS.com. Obtenido 07, 2018, de <https://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>.

Rodríguez, M (2013) Características de la Oferta y Demanda turística, consultado en: Mayo 10, 2018. Recuperado de: <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>

Romo, D. (2005) Sobre el concepto de competitividad, Comercio Exterior, México.

Sánchez, J. P. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa, [en línea] 5campus.com, Análisis contable. Recuperado de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Secretaria de Turismo (2015) Glosario. Consultado: Mayo 10, 2018. Disponible en: http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_D

Ten, K. (1995). La competitividad y los factores que la determinan, Inédito.

UNADM. (2014). Unidad 1. Aproximación al conocimiento científico. Consultado: febrero 15, 2018. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/0Bzut2rS8Bw_acDliemlxWWJhUXM/edit

UNADM. (2015). Unidad 2. Habilidades investigativas. Consultado: marzo 20, 2018. Disponible en: <http://gestionyadmondepymesunadm.blogspot.mx/2015/09/unidad-2-fundamentos-de-investigacion.html>

Universia Costa Rica (2017) Tipos de investigación: Descriptiva, exploratoria y explicativa. Consultado: mayo 20, 2018. Disponible en: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

Vera, M., Guarda, M., Rapiman, S., Rebien, R. y Solís, S (2006) Competitividad en las empresas turísticas de la ciudad de Valdivia, región de Lagos. Universidad Austral de Chile.

Villa, M. (2017, mayo 8) Metodología de investigación. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=8X2pdxYP7pk>

Wigodsky, J., (2010). Variables, Consultado: mayo 10, 2018. Disponible en: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.mx/2010/07/variables.html>

ANEXOS

*ANEXO 1. ENCUESTA AL CLIENTE

Encuesta al cliente				
Nombre:	<input type="text" value="Pablo López"/>	Fecha:	<input type="text" value="15/02/2019"/>	
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F	
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="61"/>	
Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.				
a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input checked="" type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input checked="" type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	

Encuesta al cliente



Nombre:	Severiana Valadez	Fecha:	15/02/2019
Email:		Sexo:	M <input checked="" type="checkbox"/> F
Tipo de viaje:	Placer <input checked="" type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/>	Edad:	63

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	Economía	Disponibilidad	Tiempo <input checked="" type="checkbox"/>	Otro
b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	Sol y playa	Culturales	Eventos <input checked="" type="checkbox"/>	Otros
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	Internet	Redes sociales	Recomendación <input checked="" type="checkbox"/>	Otros
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO	Algunas veces	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	SI	NO	Algunas veces <input checked="" type="checkbox"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO	Tal vez	

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Miguel Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="15/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="59"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input checked="" type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

- a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?
- | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="text" value="Economía"/> | <input type="text" value="Disponibilidad"/> | <input checked="" type="text" value="Tiempo"/> | <input type="text" value="Otro"/> |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------|
- b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?
- | | | | |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| <input checked="" type="text" value="Sol y playa"/> | <input type="text" value="Culturales"/> | <input type="text" value="Eventos"/> | <input type="text" value="Otros"/> |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
- c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?
- | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="text" value="Internet"/> | <input type="text" value="Redes sociales"/> | <input checked="" type="text" value="Recomendación"/> | <input type="text" value="Otros"/> |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|
- d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?
- | | | |
|---------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="text" value="SI"/> | <input checked="" type="text" value="NO"/> | <input type="text" value="Algunas veces"/> |
|---------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
- e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?
- | | | |
|---------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="text" value="SI"/> | <input checked="" type="text" value="NO"/> | <input type="text" value="Algunas veces"/> |
|---------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
- f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?
- | | | |
|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| <input checked="" type="text" value="SI"/> | <input type="text" value="NO"/> | <input type="text" value="Tal vez"/> |
|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="María de los Ángeles Cortez"/>	Fecha:	<input type="text" value="16/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="60"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input checked="" type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre: Fecha:
Email: Sexo: M F
Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

- a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?
- | | | | |
|-------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> Economía | <input type="radio"/> Disponibilidad | <input type="radio"/> Tiempo | <input type="radio"/> Otro |
|-------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------|
- b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?
- | | | | |
|----------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> Sol y playa | <input type="radio"/> Culturales | <input type="radio"/> Eventos | <input type="radio"/> Otros |
|----------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
- c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?
- | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="radio"/> Internet | <input type="radio"/> Redes sociales | <input type="radio"/> Recomendación | <input checked="" type="radio"/> Otros |
|--------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------|
- d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?
- | | | |
|--------------------------|--------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO | <input checked="" type="radio"/> Algunas veces |
|--------------------------|--------------------------|------------------------------------------------|
- e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?
- | | | |
|--------------------------|--------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO | <input checked="" type="radio"/> Algunas veces |
|--------------------------|--------------------------|------------------------------------------------|
- f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?
- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO | <input type="radio"/> Tal vez |
|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Lourdes Venegas"/>	Fecha:	<input type="text" value="16/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="68"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input checked="" type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Cecilia Venegas"/>	Fecha:	<input type="text" value="16/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="64"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input checked="" type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Lourdes González"/>	Fecha:	<input type="text" value="16/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="68"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Teresa Carrera"/>	Fecha:	<input type="text" value="16/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="61"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input checked="" type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input checked="" type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Jorge Soto"/>	Fecha:	<input type="text" value="16/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="67"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="checkbox"/> Economía	<input type="checkbox"/> Disponibilidad	<input type="checkbox"/> Tiempo	<input type="checkbox"/> Otro
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="checkbox"/> Sol y playa	<input type="checkbox"/> Culturales	<input type="checkbox"/> Eventos	<input type="checkbox"/> Otros
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/> Recomendación	<input type="checkbox"/> Otros
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Algunas veces	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> Algunas veces	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input checked="" type="checkbox"/> Tal vez	



Encuesta al cliente

Nombre: Fecha:
Email: Sexo:
Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

- a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?
- | | | | |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input checked="" type="text" value="Economía"/> | <input type="text" value="Disponibilidad"/> | <input type="text" value="Tiempo"/> | <input type="text" value="Otro"/> |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
- b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?
- | | | | |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="text" value="Sol y playa"/> | <input checked="" type="text" value="Culturales"/> | <input type="text" value="Eventos"/> | <input type="text" value="Otros"/> |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
- c) ¿A través de que medios se informa para la elección de un viaje?
- | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="text" value="Internet"/> | <input type="text" value="Redes sociales"/> | <input checked="" type="text" value="Recomendación"/> | <input type="text" value="Otros"/> |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------|
- d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?
- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="text" value="SI"/> | <input type="text" value="NO"/> | <input checked="" type="text" value="Algunas veces"/> |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------|
- e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?
- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="text" value="SI"/> | <input type="text" value="NO"/> | <input checked="" type="text" value="Algunas veces"/> |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------|
- f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?
- | | | |
|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| <input checked="" type="text" value="SI"/> | <input type="text" value="NO"/> | <input type="text" value="Tal vez"/> |
|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Yolanda Castro"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="66"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input checked="" type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input checked="" type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Yolanda Castro"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="66"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input checked="" type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input checked="" type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Clara Ramírez"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="63"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Esperanza Núñez"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="63"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input checked="" type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input checked="" type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input checked="" type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Tal vez"/>	

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

- a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?
- | | | | |
|----------|--------------------------------------------------------|--------|------|
| Economía | <input checked="" type="text" value="Disponibilidad"/> | Tiempo | Otro |
|----------|--------------------------------------------------------|--------|------|
- b) Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?
- | | | | |
|-------------|----------------------------------------------------|---------|-------|
| Sol y playa | <input checked="" type="text" value="Culturales"/> | Eventos | Otros |
|-------------|----------------------------------------------------|---------|-------|
- c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?
- | | | | |
|--------------------------------------------------|----------------|---------------|-------|
| <input checked="" type="text" value="Internet"/> | Redes sociales | Recomendación | Otros |
|--------------------------------------------------|----------------|---------------|-------|
- d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?
- | | | |
|----|--------------------------------------------|---------------|
| SI | <input checked="" type="text" value="NO"/> | Algunas veces |
|----|--------------------------------------------|---------------|
- e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?
- | | | |
|----|--------------------------------------------|---------------|
| SI | <input checked="" type="text" value="NO"/> | Algunas veces |
|----|--------------------------------------------|---------------|
- f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?
- | | | |
|--------------------------------------------|----|---------|
| <input checked="" type="text" value="SI"/> | NO | Tal vez |
|--------------------------------------------|----|---------|



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Alejandro Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="60"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Economía	<input type="radio"/> Disponibilidad	<input type="radio"/> Tiempo	<input type="radio"/> Otro
b) Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input checked="" type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Redes sociales	<input type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Otros
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input checked="" type="radio"/> Algunas veces	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Tal vez	



Encuesta al cliente

Nombre:	<input type="text" value="Josefina Ramírez"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="61"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input checked="" type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Héctor Paz"/>	Fecha:	<input type="text" value="17/02/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="58"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Qué factores influyen para que compre un paquete en la agencia de viajes?	<input type="text" value="Economía"/>	<input type="text" value="Disponibilidad"/>	<input checked="" type="text" value="Tiempo"/>	<input type="text" value="Otro"/>
b) ¿Qué destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
c) ¿A través de qué medios se informa para la elección de un viaje?	<input checked="" type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Redes sociales"/>	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Considera que los paquetes, cubren las necesidades de las personas de la tercera edad?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
f) ¿Le gustaría que la agencia vendiera excursiones especiales para las personas de la tercera edad?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Tal vez"/>	

***ANEXO 2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CLIENTES FUNTOUR.**

1		Encuesta al cliente			
Nombre:	<input type="text" value="Ma. De los Ángeles Cortes"/>	Fecha:	<input type="text" value="23/04/2019"/>		
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/>	<input checked="" type="text" value="F"/>	
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/>	<input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="61"/>	
Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.					
a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>	
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>	
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>	
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>		
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>	
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>		

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
--------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
-----------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
------------------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------



Encuesta al cliente

Nombre:	Araceli Villanueva	Fecha:	24/04/2019	
Email:		Sexo:	M	F
Tipo de viaje:	Placer	Negocios	Edad:	39

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	Recomendación	Redes Sociales	Internet	Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	Excelentes	Buenas	Regular	Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	Excelente	Bueno	Regular	Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	SI	NO	Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	Sol y playa	Culturales	Eventos	Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	Excesivos	Justos	Bajos	

4

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

5

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Miguel Lozano"/>	Fecha:	<input type="text" value="25/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="52"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="radio"/> Excelente	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

6

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Juan Carlos Nicasio"/>	Fecha:	<input type="text" value="25/04/2019"/>	
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M	<input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer	<input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="29"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="María Guadalupe Hurtado"/>	Fecha:	<input type="text" value="25/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="58"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input type="text" value="Justos"/>	<input checked="" type="text" value="Bajos"/>	

8

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Carlos Sánchez"/>	Fecha:	<input type="text" value="25/09/2019"/>	
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M	<input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer	<input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="33"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="radio"/> Excelente	<input checked="" type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

9

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Pablo López"/>	Fecha:	<input type="text" value="26/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="61"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

1
0

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Gerardo Ramírez"/>	Fecha:	<input type="text" value="25/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="41"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="radio"/> Excelentes	<input type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="radio"/> Excelente	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Sol y playa	<input checked="" type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

1

1

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Gilberto Flores"/>	Fecha:	<input type="text" value="25/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="53"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="radio"/> Excelente	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Sol y playa	<input checked="" type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

1

2

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Narcisa de Esparza"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="75"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

1
3

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Severiana Valadez"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="63"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

1

4

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Fernando Contreras"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="28"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="radio"/> Excelente	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

1

5

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
-----------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
----------------------------------------	-----------------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
-----------------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

1

6

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="María de Jesús Aguilar"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="40"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

1
7

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Miguel Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="60"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="radio"/> Excelente	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

1
8

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Ma. Luisa Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="60"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

1
9

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Rosalía Venegas"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="39"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

2
0

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo: M F

Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? Recomendación Redes Sociales Internet Agencia

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? Excelentes Buenas Regular Malas

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? Excelente Bueno Regular Malo

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? SI NO Algunas veces

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? Sol y playa Culturales Eventos Otros

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes? Excesivos Justos Bajos

2
1

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Mayra Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="27/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="30"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

2
2

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Josefina Sánchez"/>	Fecha:	<input type="text" value="28/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="56"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input checked="" type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Excesivos"/>	<input type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

2
3

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Ma de los Ángeles Cortes"/>	Fecha:	<input type="text" value="29/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="60"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

2
4

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Liborio Méndez"/>	Fecha:	<input type="text" value="29/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="65"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

2
5

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Manuel González"/>	Fecha:	<input type="text" value="29/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="49"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

2
6**Encuesta al cliente**

Nombre:	<input type="text" value="Omar Gómez"/>	Fecha:	<input type="text" value="29/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="49"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input type="radio"/> Buenas	<input checked="" type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="radio"/> Excelente	<input checked="" type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Sol y playa	<input checked="" type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

2
7

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
--------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
-----------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
-----------------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

2
8

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Alfonso Aguilar"/>	Fecha:	<input type="text" value="29/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="42"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="radio"/> Excelente	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Sol y playa	<input checked="" type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

2
9

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Ignacio Ortega"/>	Fecha:	<input type="text" value="29/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="61"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

3
0

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Isabel Barajas Arenas"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="25"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

3

1

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

3

2

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

3
3

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Valeria Contreras"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="25"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

3

4

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Carlos Escobar"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>	
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/>	<input type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="checkbox"/> Placer	<input type="checkbox"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="22"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="checkbox"/> Recomendación	<input type="checkbox"/> Redes Sociales	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/> Excelentes	<input checked="" type="checkbox"/> Buenas	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="checkbox"/> Sol y playa	<input checked="" type="checkbox"/> Culturales	<input type="checkbox"/> Eventos	<input type="checkbox"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="checkbox"/> Excesivos	<input type="checkbox"/> Justos	<input checked="" type="checkbox"/> Bajos	

3
5

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Karla Ramírez"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="25"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

3
6

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Luz Landa"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="29"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

3
7

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

3
8

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Fabián Ramírez"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="37"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

3
9

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
--------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
----------------------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
-----------------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

4

0

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Adriana Solís"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="36"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

4

1

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo: M F

Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? Recomendación Redes Sociales Internet Agencia

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? Excelentes Buenas Regular Malas

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? Excelente Bueno Regular Malo

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? SI NO Algunas veces

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? Sol y playa Culturales Eventos Otros

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes? Excesivos Justos Bajos

4
2

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Alberto Ortiz"/>	Fecha:	<input type="text" value="30/04/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input type="checkbox"/> Placer <input type="checkbox"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="42"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input type="radio"/> Buenas	<input checked="" type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="radio"/> Excelente	<input checked="" type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

4

3

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo: M F

Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? Recomendación Redes Sociales Internet Agencia

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? Excelentes Buenas Regular Malas

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? Excelente Bueno Regular Malo

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? SI NO Algunas veces

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? Sol y playa Culturales Eventos Otros

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes? Excesivos Justos Bajos

4

4

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
----------------------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
-----------------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

4

5

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo: M F

Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? Recomendación Redes Sociales Internet Agencia

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? Excelentes Buenas Regular Malas

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? Excelente Bueno Regular Malo

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? SI NO Algunas veces

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? Sol y playa Culturales Eventos Otros

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes? Excesivos Justos Bajos

4
6

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Magdalena Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="01/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="30"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

4

7

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Carmina González"/>	Fecha:	<input type="text" value="01/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="67"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

4
8

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Eva María Arredondo"/>	Fecha:	<input type="text" value="01/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="62"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

4
9

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

5
0

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Rosa María Moreno"/>	Fecha:	<input type="text" value="01/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="63"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

5
1**Encuesta al cliente**

Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
-----------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
------------------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

5

2

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Alejandrina Larios"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="56"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

5
3

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

5

4

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo: M F

Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? Recomendación Redes Sociales Internet Agencia

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? Excelentes Buenas Regular Malas

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? Excelente Bueno Regular Malo

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? SI NO Algunas veces

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? Sol y playa Culturales Eventos Otros

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes? Excesivos Justos Bajos

5

5

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
-----------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
----------------------------------------	-----------------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
------------------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

5

6

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Rosa María Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="70"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

5
7

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Florentina Alonso"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="65"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

5
8

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

5
9

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

6
0

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

6

1

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Analí López"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="29"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input checked="" type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

6
2

Encuesta al cliente

Nombre: Fecha: Email: Sexo: Tipo de viaje: Edad: **Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.**a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

6
3

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Blanca Estela Orozco"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="67"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

6
4

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
-----------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
------------------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

6

5

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

<input checked="" type="text" value="Excelentes"/>	<input type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
----------------------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
---------------------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>
--------------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------------

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
------------------------------------------	----------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>
----------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------

6
6**Encuesta al cliente**

Nombre:	<input type="text" value="Soria del Carmen Anaya"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="58"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

6
7

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Miriam Roxana Anaya"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="53"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="text" value="Excelente"/>	<input checked="" type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

6

8

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="José Antonio Hernández"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input type="checkbox"/> Placer <input type="checkbox"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="29"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="radio"/> Recomendación	<input type="radio"/> Redes Sociales	<input type="radio"/> Internet	<input type="radio"/> Agencia
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="radio"/> Excelentes	<input checked="" type="radio"/> Buenas	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malas
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input type="radio"/> Excelente	<input checked="" type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Malo
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="radio"/> SI	<input type="radio"/> NO	<input type="radio"/> Algunas veces	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="radio"/> Sol y playa	<input type="radio"/> Culturales	<input type="radio"/> Eventos	<input type="radio"/> Otros
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="radio"/> Excesivos	<input checked="" type="radio"/> Justos	<input type="radio"/> Bajos	

6
9

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Héctor Paz"/>	Fecha:	<input type="text" value="02/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F
Tipo de viaje:	<input checked="" type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Negocios	Edad:	<input type="text" value="58"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input checked="" type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input checked="" type="text" value="Sol y playa"/>	<input type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

7
0

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo:

Tipo de viaje: Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?

7
1

Encuesta al cliente



Nombre:	<input type="text" value="Catalina Pereda"/>	Fecha:	<input type="text" value="03/05/2019"/>
Email:	<input type="text"/>	Sexo:	<input type="text" value="M"/> <input checked="" type="text" value="F"/>
Tipo de viaje:	<input checked="" type="text" value="Placer"/> <input type="text" value="Negocios"/>	Edad:	<input type="text" value="61"/>

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros?	<input checked="" type="text" value="Recomendación"/>	<input type="text" value="Redes Sociales"/>	<input type="text" value="Internet"/>	<input type="text" value="Agencia"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="text" value="Excelentes"/>	<input checked="" type="text" value="Buenas"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malas"/>
c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia?	<input checked="" type="text" value="Excelente"/>	<input type="text" value="Bueno"/>	<input type="text" value="Regular"/>	<input type="text" value="Malo"/>
d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades?	<input checked="" type="text" value="SI"/>	<input type="text" value="NO"/>	<input type="text" value="Algunas veces"/>	
e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes?	<input type="text" value="Sol y playa"/>	<input checked="" type="text" value="Culturales"/>	<input type="text" value="Eventos"/>	<input type="text" value="Otros"/>
d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes?	<input type="text" value="Excesivos"/>	<input checked="" type="text" value="Justos"/>	<input type="text" value="Bajos"/>	

7
2

Encuesta al cliente



Nombre: Fecha:

Email: Sexo: M F

Tipo de viaje: Placer Negocios Edad:

Usted es muy importante para nosotros, por lo que nos gustaría conocer sus comentarios.

a) ¿Por qué medio se enteró de nosotros? Recomendación Redes Sociales Internet Agencia

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? Excelentes Buenas Regular Malas

c) ¿Cómo califica el servicio del personal de la agencia? Excelente Bueno Regular Malo

d) Los paquetes que oferta la agencia de viajes ¿Se adecuan a sus necesidades? SI NO Algunas veces

e) ¿Que destinos prefiere cuando acude a la agencia de viajes? Sol y playa Culturales Eventos Otros

d) ¿Cómo califica los precios de la agencia de viajes? Excesivos Justos Bajos