

Práctico 4.3

Ejercicio 1: Cadena de valor turística

Sofía está planificando un viaje de 15 días a Perú. Reservó un vuelo por internet, contrató un paquete de excursiones en una agencia de viaje local y usará un servicio de transporte turístico para movilizarse por el Valle Sagrado. También contrató un seguro de viaje a través de un metabuscador.

Actividades:

1. Identifica los distintos agentes de la cadena de valor presentes en el caso.

Agentes de la cadena de valor presentes:

- **Proveedor directo:** la aerolínea (si compró directamente).
- **Agencia de viajes local:** intermediaria que vendió el paquete de excursiones.
- **Prestador de transporte turístico:** la empresa que opera en el Valle Sagrado.
- **Metabuscador:** plataforma que permitió contratar el seguro de viaje.

2. ¿Qué funciones cumple cada agente? ¿Hay intermediarios?

Aerolínea: proveedor que comercializa su propio servicio.

Agencia de viajes: cumple funciones de **asesoramiento, intermediación** y posiblemente **productora** si el paquete es propio.

Transporte turístico: prestador directo de un servicio.

Metabuscador: actúa como facilitador digital que conecta a proveedores con el consumidor.

3. ¿Qué ventajas y desventajas se observan en la forma en que Sofía organizó su viaje?

Ventajas y desventajas del modelo mixto usado por Sofía:

- **Ventajas:**
 - Flexibilidad para elegir lo que desea.
 - Posibilidad de comparar precios y servicios online.
 - Combinación de lo digital con asesoría profesional.
- **Desventajas:**
 - Fragmentación de la información y responsabilidad.

- Mayor riesgo ante problemas (por ejemplo, no hay una sola persona a la que reclamar).
- Puede perder beneficios de paquetes integrados o condiciones especiales.

Ejercicio 2: Detección de problemas en agencias de viaje

La agencia "Aventour" perdió varios clientes habituales en el último año. Muchos han empezado a reservar por su cuenta en Booking y Kayak. Los empleados notan que los clientes "solo piden precio", sin dejarse asesorar.

Preguntas:

1. ¿Qué desafíos del contexto actual se reflejan en esta situación?

Desafíos presentes:

- a. Competencia de agencias virtuales y plataformas online.
 - b. Cambio en los hábitos del consumidor: el cliente actual es más autónomo, informado y digital.
 - c. Desvalorización de la función asesora.
2. Proponga al menos dos estrategias que podría aplicar la agencia para recuperar su competitividad.
 - **Diferenciación por valor agregado:** enfatizar la personalización, la experiencia y la resolución de problemas.
 - **Profesionalización de la asesoría:** mostrar expertise en destinos, tendencias, y planificación.
 - **Fidelización:** ofrecer beneficios exclusivos, seguimiento postventa y programas de recompensas.
 3. ¿Qué tipo de valor agregado podría ofrecer la agencia para diferenciarse de internet?
 - Atención personalizada ante inconvenientes (por ejemplo, vuelos cancelados o cambios de itinerario).
 - Asesoría profesional sobre destinos, clima, documentación y vacunas.
 - Paquetes ajustados al perfil del cliente y experiencias auténticas.
 - Seguridad en la contratación (verificación de proveedores confiables).