**ADMINISTRACION DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EXPOSICIONES**

**UNIDAD 1**

**INTERMEDIARIOS EN EL TURISMO**

Según Alcázar (2002) los intermediarios turísticos se distribuyen en agencias de viajes (minoristas), tour operadores (mayoristas), sistemas centralizados de reservas (GDS y Centrales de reservas); y otros intermediarios.

En el capítulo 9 de Nicolau (2009) se define a los intermediarios de la siguiente manera:

Las agencias de viajes minoristas son aquellas que comercializan los productos que las agencias mayoristas les proveen, las minoristas las venden directamente al consumidor o usuario, o bien definen y ofertan sus propios paquetes turísticos. Siendo que éstos últimos, los paquetes propios, no pueden ser comercializados a través de otras agencias.

Los tour operadores o agencias de viajes mayoristas se dedican a elaborar y organizar toda clase de servicios y paquetes turísticos, los cuales se ofrecerán a agencias minoristas para que éstas las comercialicen. Una agencia mayorista no podrá vender sus productos directamente al consumidor final.

También existen los GDS o Global Distribution Systems por sus siglas en inglés. Dichos sistemas de información permiten tener acceso a bases de datos de prestadores de servicios turísticos. Los sistemas principales son: Sabre, Amadeus y Travelport, este último integra los tradicionales GDS Galileo y Worldspan.

Y por último las centrales de reserva son aquellos que van a conectar a los prestadores turísticos con los GDS, estableciendo un canal de distribución, y al momento de acudir a eventos turísticos realizan actividades de promoción y publicidad.

A través de la información recolectada en internet encontramos una agencia minorista “Visatour” la cual ofrece viajes a destinos alrededor del mundo así como la venta de boletos de avión y organización de eventos ya sea para una empresa pequeña o para un gran número de colaboradores.

Aunado a dicha información recolectada, hace unos semestres tuve la oportunidad de realizar mis prácticas profesionales en la operadora turística “MegaTravel”, ahí tuve la oportunidad de corroborar las definiciones anteriormente mencionadas ya que por ejemplo, Mega Travel se encargaba de cotizar paquetes de viajes para agencias minoristas como “Viajes Bocho” y éstos podían véndelo directamente al cliente, además Mega Travel también contaba con paquetes ya elaborados a distintos destinos a nivel internacional los cuales también vendía a los minoristas.

Por último en mis prácticas también me enseñaron acerca del sistema WorldSpan que era el que ellos utilizaban para cotizar vuelos de distintas aerolíneas, sobre todo internacionales, porque vuelos internos era un poco menos común.

Así es como gracias al trabajo de investigación realizado y mi experiencia en campo, puedo concluir que los intermediarios turísticos siempre serán indispensables aunque hoy en día deben de comenzar a realizar ciertos cambios de la mano con la tecnología para estar al alcance de todos los posibles usuarios.

Del Alcázar, B. (2002), Los canales de distribución en el sector turístico. Madrid: Esic

Nicolau, J. (2009). La distribución de los productos turísticos. En Marketing Turístico (3-14). España: Universidad de Alicante