**Prácticas profesionales, Omnitours Colombia.**

María Fernanda Correa Becerra

Corporación universitaria Unitec

Escuela de ciencias económicas y administrativas

Semestre N° 7

Docente: Leslie Ballesteros S.

Bogotá

2023

**Introducción.**

Este trabajo de investigación corresponde la práctica empresarial realizada en la agencia de viajes Omnitours, donde a lo largo del tiempo se pudieron evidenciar las situaciones internas y externas a nivel administrativo, comercial y financiero con el fin de identificar el rais de los problemas actuales y partir de ellas sugerir estrategias de acción con la idea de implementarlas paulatinamente con la aprobación por parte de gerencia.

A nivel mundial cada país y/o región generan crecimiento y desarrollo con base en las diferentes actividades económicas existentes, las cuales están sujetas a la posición geográfica, capacidad de producción, industria y geografía. El turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas a nivel mundial beneficiándolas económica, social y culturalmente, al mismo tiempo representa una de las principales fuentes de ingresos, es una actividad generadora de empleos directos e indirectos mejorando la calidad de vida, fomenta la preservación del patrimonio cultural y ayuda a reducir la tasa de pobreza especialmente en Colombia.

Así como ofrece ventajas tales mencionadas anteriormente también se enfrenta a una seria de desventajas que ocasionan un desequilibrio en el mercado mundial, un caso concreto fue la pandemia por covid-19 por la cual durante 2 años esta actividad se enfrentó a una crisis económica que no solo afecto a las empresas sino a sus trabajadores y sus familias; y hoy 3 años después las agencias de viaje están tratando de recuperar sus finanzas; aunque muchas de ellas tuvieron que salir del mercado de manera abrupta.

A continuación, todo lo que debe saber sobre mi proceso en las prácticas empresariales en Omnitours.

1. **Descripción del escenario de práctica.**

1.1 **Ubicación geográfica.**

Geográficamente el área de investigación se encuentra situada en la calle 54ª No 15-76 en el barrio Galerías de la ciudad de Bogotá en Colombia. (Fig.1)

Omnitours es un tour operador con más de 16 años de experiencia en la atención de pasajeros en Colombia. Nuestro propósito es crear y hacer realidad experiencias inolvidables que van a ser vividas en cada uno de nuestros destinos; ferias y fiestas con sus manifestaciones populares, interactuando con las comunidades indígenas o disfrutando de las maravillosas playas del mar Caribe y el océano Pacífico.

Viajes por placer o viajes de incentivo son bienvenidos en Colombia, pues la infraestructura del país y de Omnitours están preparadas para atender a los visitantes más exigentes que quieran vivir una experiencia de calidad en un país mágico. Desde Omnitours hemos desarrollado soluciones de viaje completas respaldadas por una robusta infraestructura humana y tecnológica que aseguran la satisfacción total de nuestro cliente. A través de los años nos hemos preparado para atender reservas individuales, grupos e incentivos, de forma dinámica, responsable y a precios competitivos

# **1.1.1. Visión:** Ser el tour operador No 1 de Colombia, líder en la prestación de servicios turísticos, comprometidos con el desarrollo responsable y sostenible del sector en el país.

**1.1.2.** Misión: Omnitours Colombia diseña, comercializa y opera productos turísticos en el territorio colombiano. Crea alternativas de recreación y esparcimiento generando actitudes de amor y respeto hacia el ser humano, el medio ambiente y nación.

**1.1.3 Objetivos de la institución:**

**1.1.4 Estructura organizativa:**

**1.1.5 Descripción del departamento donde se desarrolló la práctica profesional:** Las prácticas empresariales fueron desarrolladas en el departamento de contabilidad- facturación y departamento comercial-cotizaciones y reservas.

**1.1.6 Nombre del jefe o del encargado del departamento:** Diana Carolina Sánchez Cifuentes.

**1.1.7 Funciones del departamento:**

* Atención al cliente.
* Cotizar.
* Montar reservas en el sistema operativo (Netadmin)
* Realizar facturas electrónicas.

1. **Diagnóstico situacional del escenario de práctica.**
   1. **Planteamiento del problema.**

Según el registro nacional de turismo en julio del año 2022, habían registradas 10.869 agencias de viaje ubicadas en todos los departamentos de Colombia; cifra que a hoy seguramente se ha incrementado; y aunque no se logra evidenciar la cantidad exacta de agencias de viaje en Bogotá, se estima que en la ciudad existen aproximadamente más de 2.961 agencias de viaje; lo que significa que esta es la ciudad con mayor concentración de dicha actividad económica.

Según consulta en la página web “ mejores rank.com” existe una lista de las 7 mejores agencias de viaje dentro de la cual aparece Omnitours en la posición No 4; el orden de la lista es Travel viajes Bogotá, Vitteza travel SAS, Planes turísticos, Omnitours agencia de viajes en Bogotá, Aviatur, Unitravel y Turismos al vuelo, a pesar de que Omnitours está dentro de la lista es necesario recalcar que las demás son competencia fuerte que podrían llegar a ocasionar un desequilibrio financiero y afectar la estabilidad de la misma en el mercado, a esto sumado la crisis a la que se tuvieron que enfrentar durante los dos años de pandemia y las consecuencias que se están viviendo actualmente a raíz de dicha situación y la crisis económica que se vive en la actualidad son grandes retos para Omnitours.

**2.1.1. Descripción del problema.**

La grave situación económica que se vive actualmente a nivel mundial, afecta notoriamente el mercado de las agencias de viaje, en este caso puntual a Omnitours**,** según la información registrada en el DANE, “**Para el mes de marzo de 2023, la tasa de desempleo del total nacional fue 10,0%, lo que representó una reducción de 2,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2022 (12,1%). La tasa global de participación se ubicó en 64,3%, mientras que en marzo de 2022 fue 63,5%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,9%, lo que representó un aumento de 2,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2022 (55,8%).” (Imagen 1), situación que afecta directamente al bolsillo de los colombianos y por ende a Omnitours, pues cada vez son menos las familias que pueden viajar así sea a un destino nacional, el problema que se evidenció es que la grave crisis económica de las familias colombianas no les permite gastar dinero en viajes, situación que se evidencia con las facturas generadas mes a mes y el informe ejecutivo-comercial registrado por el área encargada.**

**2.1.2. Delimitación del problema:**

La crisis económica actual a nivel mundial y la recuperación lenta del mercado a raíz de la pandemia por COVID 19, han estado bajando las ventas y disminuyendo los ingresos a Omnitours.

**2.1.3. Preguntas de investigación.**

**¿**Cuál es la principal causa de que las ventas en Omnitours estén bajando considerablemente en comparación con hace 3 años, y están afectando la situación financiera y el posicionamiento en el mercado de las agencias de viaje en Colombia?

**2.1.4 justificación.**

Hoy en día la Agencia de Viajes y Turismo Omnitours se dedica a la comercialización de servicios turísticos a nivel nacional, con la idea de que los colombianos conozcamos más nuestra tierra, existen miles de lugares en Colombia que son bellos y mágicos, que las personas no conocemos, pues la mayoría de veces y según los recursos los primeros destinos son Santamarta, Cartagena, San Andrés Y la Guajira, mientras que lugares como caño cristales, Pasto, Capurganá y muchos más son los últimos destinos en ser elegidos, Omnitours SAS ofrece una serie paquetes vacacionales a dichos lugares mágicos de nuestra querida Colombia.

Pero que no se nos olvide el problema principal que se está viviendo al interior de la agencia, y la falta de recursos económicos para que las personas puedan adquirir dichos paquetes vacacionales.

La situación económica en Colombia cada día se complica un poco más por lo que es necesario que las empresas busquen estrategias o se reinventen mecanismos para mantener el flujo de ventas, en el caso de Omnitours la idea es establecer una serie de estrategias las cuales deben ser analizadas por expertos en finanzas, mercadeo y marketing y aprobadas por la gerencia.

La práctica empresarial se realiza con el fin de implementar y aportar mis conocimientos adquiridos durante el ciclo académico, para lograr convertir las amenazas y debilidades en fortalezas y oportunidades.

**2.1.5 Objetivos.**

**2.1.5.1. Objetivo General.**

Analizar la situación actual de la empresa Omnitours considerando los aspectos externos, internos, administrativos, comerciales y financieros, con el fin de establecer las situaciones que se deben fortalecer y con base en ello proponer estrategias que sean la base de un proceso de consolidación y de obtención de mejores resultados en el desarrollo de sus actividades comerciales.

**2.1.5.2. Objetivos Específicos.**

* Realizar un análisis de las variables externas a nivel económico y socio – cultural, de manera que se pueda establecer cuál es el panorama actual de la empresa.
* Diagnosticar e identificar los aspectos internos a nivel físico, económico, social y administrativo con el fin de establecer fortalezas y debilidades.
* Analizar el proceso comercial de la agencia a través de variables como precio, proveedores, publicidad y estrategias de venta con el fin de determinar los puntos fuertes o débiles que aporten al desarrollo del plan de mejoramiento.
* Unificar los puntos débiles hallados en los análisis previos, priorizarlos y establecer sus causas y la posible relación entre ellos, con el fin de encontrar la raíz del problema actual de la agencia.
* Estudiar la situación financiera, con base en los balances y estados de pérdidas y ganancias de los últimos años a través de indicadores de rentabilidad, liquidez, retorno de la inversión, activos y endeudamiento, para apreciar la situación financiera actual de la agencia y determinar la viabilidad del plan de mejoramiento y el impacto que puede generar en los próximos períodos.
  1. **. Marco de referencia.**

**2.2.1. Marco contextual.**

El sector turístico colombiano comprende toda la gama de bienes y servicios que ofrece el país y que son consumidos por viajeros que se desplazan de su lugar habitual de residencia u origen con fines de diversión o negocios. La razón de ser de las agencias de viaje se fundamenta en el turismo; por lo tanto, su estudio y comprensión permiten establecer elementos de juicio para poder comprender el negocio.

El sector turismo abarca cuatro grandes servicios como el hotelero, restaurantes, agencias de viajes, y guías de turismo, entre otros. Las agencias de viajes operan como eje central o engranaje de la «industria sin chimeneas», permitiendo enlazar servicios como el transporte (aéreo o terrestre), hotelero, y destinos turísticos de acuerdo con las necesidades del cliente

El sector turístico colombiano comprende los bienes y servicios que ofrece el país por medio de agencias de viaje, y que son consumidos por turistas que se desplazan de su lugar de origen con fines de diversión o negocios. La finalidad de las agencias de viaje es el turismo; Este sector abarca cuatro grandes servicios como el hotelero, restaurantes, agencias de viajes, y guías de turismo, entre otros. Las agencias de viajes operan como eje central o engranaje del comercio permitiendo enlazar servicios como el transporte (aéreo o terrestre), hotelero, y destinos turísticos de acuerdo con las necesidades de los clientes.

El 17 de junio de 1954 comenzó el turismo en Colombia, las líneas aéreas incrementaban la frecuencia de sus vuelos nacionales e internacionales, siendo que algunas empresas extranjeras por lo algunos buques mercantes ingresaban a los puertos del Atlántico y del Pacifico.

En el año 1955 se formó la asociación de líneas aéreas internacionales en Colombia (ALAICO) en la ciudad de Bogotá; la primera agencia de viaje en Colombia fue creada en el año 1957 y se llamó AVIATUR, más adelante crearon en Bogotá una agencia de experiencia de viajes, en este mismo año se crea la asociación de restaurantes (ACOGRAN), en 1959 se inaugura el aeropuerto el Dorado en la misma ciudad.

En el año1962 se inaugura el ferrocarril “expreso el sol”, en el año 1963 se inaugura en Santamarta el primer hotel Resourt del país “Irotama”.

A partir de esas fechas empiezan a crear en diferentes cuidades del país, hoteles, terminales de transporte y también desaparecen algunos trenes de pasajeros.

Fue así como a lo largo de la historia colombiana fue creciendo la actividad económica de turismo- agencias de viaje, con creación e implementación de nuevas líneas aeronaves.

En al año 2002, la reforma tributaria crea incentivos para el sector como exenciones y rebajas de impuestos hasta por 30 años para construcciones y mejoras hoteleras en el país.

En el año 2006 se crea el viceministro de turismo adscrito al ministerio de industria y comercio, desde ese entonces es la entidad que regula al sector turístico.

**2.2.2. Marco teórico conceptual.**

En el sector turístico, las agencias de viajes funcionan como intermediarios, productores, asesores y canales de distribución turística; Es decir prestan servicios a las personas, al igual que realizan servicios de asesoramiento y distribución de turismo receptivo.

Goeldner y Ritchie (2011) afirman: “… es un experto que sabe de itinerarios, rutas, alojamientos, divisas, precios, regulaciones, destinos y todos los demás aspectos de los viajes y de las oportunidades para viajar” (p. 204).

En el mercado del turismo encontramos 3 tipos de agencias de viaje, estas son: agencias mayoristas o tour-operadores, las cuales se encargan de ofrecer una combinación de productos tales como alimentación, alojamiento, visitas guiadas, desplazamiento y transporte para lograrlo hacen convenios con aerolíneas y hoteles manejando gran parte del mercado, las agencias minoritas, y por ultimo las agencias mayoristas minoristas.

No obstante, al igual se pretende identificar aquellas partes del comportamiento de las personas, que lo llevan a tomar determinadas decisiones a la hora de adquirir cualquier tipo de servicio turístico para satisfacer sus necesidades y así conseguir que una agencia de viajes pueda adaptarse a estas necesidades, y proceda a satisfacerlas, es por ello que “La mayoría de las grandes empresas hacen investigación sobre las decisiones de compra de los consumidores a gran detalle para responder preguntas sobre lo que los consumidores compran, dónde, cómo, cuánto, cuándo y por qué lo compran” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 128).

Existen diferentes factores que influyen en los clientes para comprar paquetes de vacacionales en las agencias de viaje, el principal y el causante del problema evidenciado en la agencia Omnitours es el factor económico tal cual lo explique en líneas anteriores.

Según investigación en la página web de Ostelea “En cualquier proceso de compra influyen también los **patrones de conducta, los gustos, los rasgos psicológicos**y hasta el aprendizaje que se ha ido adquiriendo en experiencias de compra previas.”

Razón por la cual también Omnitours debe mejorar sus estrategias de venta para llegarle más fácil al cliente y lograr un aumento positivo en sus ventas.

**2.2.3 Marco de referencia legal.**

El ente encargado de regular el sector turístico en Colombia es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), el cual fomenta el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en el sector; por lo tanto, promueve la creación de entes sectoriales de normalización para los subsectores de turismo, entre los cuales se encuentran:

**Cotelco:** “Asociación hotelera y turística de Colombia, gremio federado con gran trayectoria, reconocimiento, presencia nacional que representa y apoya a los intereses del sector hotelero y turístico colombiano fortaleciendo su competitividad y productividad mediante la prestación de servicios que permitan dar respuesta a las necesidades de sus afiliados y del turismo en general .

**Acodres:** Asociación Colombiana de la industria gastronómica, “La asociación está organizada como una federación en la cual cada capítulo propende por los intereses locales de sus afiliados y por el desarrollo sostenible de su región. A nivel nacional cuenta con una presidencia ejecutiva nacional encargada de ejecutar las políticas trazadas por la Asamblea General de delegados y por la Junta Directiva Nacional, en beneficio de la totalidad de afiliados del país. . ”. (Asociación Colombiana de la industria gastronómica, 2017). Quienes somos. Colombia.: Acodres.

**Astiempo:** Asociación Colombiana de Tiempo Compartido, “La Asociación agrupa a promotores, constructores y cadenas de intercambio vinculadas a la industria de tiempo compartido con el objeto de fomentar el desarrollo integral de la industria de Tiempo Compartido en Colombia, buscar un manejo equilibrado de los distintos factores intervinientes en esta industria, velar por la preservación de la ética profesional, prestar asesorías en torno al sistema de tiempo compartido, impulsar la capacitación profesional, fomentar planes y programas tendientes a que se garantice la protección de los usuarios y consumidores de productos de Tiempo Compartido” .

**Consejo profesional de guía de turismo:** De conformidad con lo establecido en el decreto 503 de 1997, artículo 11, es un organismo técnico encargado de velar encargado de velar por el desarrollo y el adecuado ejercicio de la profesión y de expedir las tarjetas profesionales de los guías de turismo, previo cumplimiento de los requisitos exigidos por la ley.

1. **Diseño metodológico.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Objetivos específicos** | **Actividades** | **Sub actividades** | **Fechas** |
| Determinar la situación financiera de la Omnitours.  Determinar y mejorar las estrategias comerciales.  Organizar, planear y ejecutar acciones de mejora. | Revisar balances generales desde el año 2020 a la fecha 2023.  Revisar informes comerciales.  Administrativas. | 1. Analizar la situación financiera.  2. Analizar el ítem de facturación.  1. Analizar los informes comerciales para verificar las estrategias de ventas.  2. Diseñar estrategias comerciales junto con el equipo encargado.  1. Buscar convenios con hoteles y aerolíneas para ofrecer servicios vacacionales que estén dentro del presupuesto de los clientes.  2. |  |

1. **Propuesta del proyecto o práctica.**

**4.1. Principios éticos.**

Respeto a las personas.

Justicia.

Búsqueda del bien.

Honestidad.

**4.2 Plan de trabajo.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDAD / TAREA** | **MAYO** | **JUNIO** | **JULIO** | **AGOSTO** | **SEPTIEMBRE** | **OCTUBRE** | **NOVIEMBRE** | **DICIEMBRE** |
| **03 al 31** | **01 al 30** | **01 al 31** | **01 al 31** | INCAPACITADA | **01 al 31** | **01 al 30** | **01 al 3** |
| Facturación en Integra |  |  |  |  | INCAPACITADA |  |  |  |
| Solicitar facturas a proveedores |  |  |  |  | INCAPACITADA |  |  |  |
| Cotizar productos turisticos |  |  |  |  | INCAPACITADA |  |  |  |
| Montar reservas al sistema Netadmin |  |  |  |  | INCAPACITADA |  |  |  |
|

# **5. logros del plan de actividades.**

Las pasantía en la agencia Omnitours, me brindo herramientas para conocer cómo funcionan los procesos en la industria turística, me permitió conocer producto Colombiano y afianzar mis conocimientos adquiridos en la Universidad Unitec, además me ayudo a reforzar mis habilidades comunicativas y a proyectarme en el sector del turismo.

**6. Conocimientos adquiridos durante la práctica profesional.**

Durante mi proceso de prácticas en Ominitours aprendí muchas cosas, como lo fueron el proceso de facturación en el programa contable Integra, el cual me facilito el trabajo durante mi tiempo de prácticas.

El servicio al cliente es un tema bastante complejo, por lo que aprendí a entender que el cliente es lo más importante para la agencia, y se le debe hallar la razón.

Fortalecí valores como el respeto, trabajo en equipo, la tolerancia y la lealtad.

Aprendí a montar una cotización en el programa Netadmin.

**7. conclusiones**

Una de las conclusiones que resulto de mis prácticas en Omnitours es que el trabajo en equipo fortalece la organización y mejora el ambiente laboral.

El turismo en Colombia es una de las actividades económicas que más ingresos aporta al país, ya que muchos de los turistas provienen del extranjero y pagan con la moneda de su país la cual está más avaluada que la de Colombia.

Las agencias de viaje facilitan a los viajeros turistas la adquisición de paquetes vacacionales con todo incluido.

La organización administrativa es indispensable dentro de cualquier empresa, pues de esto depende la estabilidad de la misma.

Es importante hacer convenios comerciales para buscar mejores precios y así ofrecer servicios de calidad y con buen precio.

**8. Recomendaciones.**

La principal recomendación es para personas que se encuentran en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios, quienes pueden apuntar su negocio al sector turístico debido a la fuerte demanda que se está teniendo hoy en día. Al ser un eje de negocio en crecimiento, se deben diseñar estrategias que vayan más allá de la competencia, haciendo un estudio riguroso a las necesidades y los requerimientos de los posibles clientes, para poder general una atracción y un posicionamiento.

Se le recomienda a la agencia de viajes Omnitours crear e implementar nuevas estrategias de negocio, que estén enfocadas en ofrecer viajes a diferentes turismos con precios asequibles por los compradores, teniendo en cuenta la situación económica actual que se vive nivel mundial.

**9. Bibliografía.**

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=En%20marzo%20de%202023%2C%20la,2022%20fue%2066%2C0%25>.

Colombia, potencia de la vida DANE

Marzo 2023.

<https://www.omnitours.com.co/nosotros>

Página web, Omnitours.

<https://mejoresrank.com/mejores-agencias-de-viajes-en-bogota/>

MejoresRank.com

<https://colombia.ladevi.info/rnt/rnt-mas-agencias-viajes-2022-n41907>

<https://prezi.com/vtpben35qydy/historia-del-turismo-en-colombia/>

Prezi

Historia del turismo.

<https://www.redalyc.org/journal/4277/427746276014/html/>

<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/los-factores-que-mas-influyen-en-la-decision-de-compra-de-los-viajeros>

Ostelea

Los factores que más influyen en la decisión de compra de los viajeros.

Blog 14-enero-2020

<https://www.acodres.com.co/quienes-somos/>

Acodres.

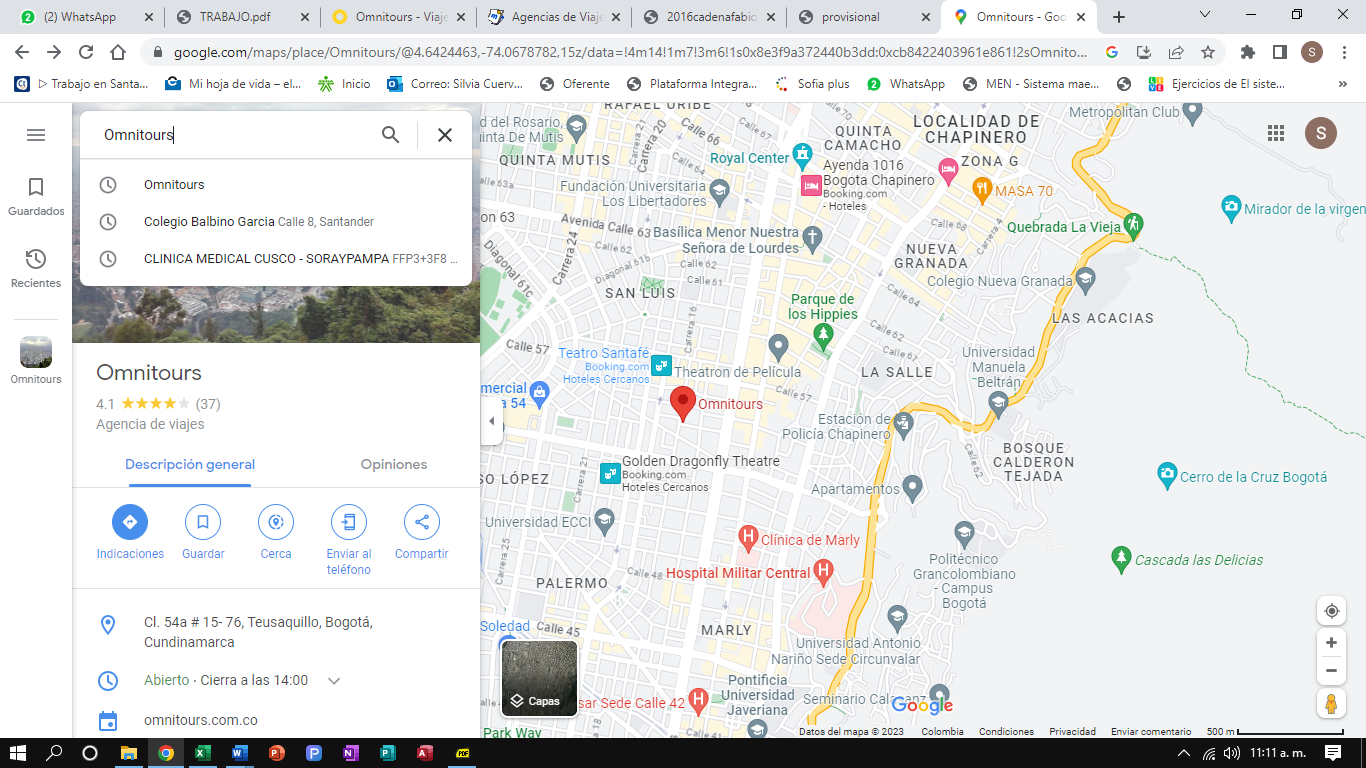
<https://www.cotelco.org/>

Cotelco

<https://appcloudsystems.com/away.php?url=I4WHKFughjJfiALATe1hEglRxTLNCF%2FtH6vVp30jQukRkSaQwvt9zQMjnIOVKSXdH3iLDOaS6%2BmPITS9%2BtAYSCFt4dNxE7RiWaMTAWv3Ns74%2FpjaMiXFBMQMrTlBKlo0>

Astiempo.

**10. Anexos.**



**Fig. 1 Ubicación geográfica Omnitours.**



**Imagen no 1 tasa de desempleo**