

INFORME FINAL PRÁCTICAS EMPRESARIALES EN LA EMPRESA INMOBILCAR
S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL



LAURA JULIANA ANGULO DOMÍNGUEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

INFORME FINAL PRÁCTICAS EMPRESARIALES EN LA EMPRESA INMOBILCAR
S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL

LAURA JULIANA ANGULO DOMÍNGUEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Tutor
Ab. MARIÁ ANGÉLICA REYES PACHECO
Abogada

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. Eduardo GONZALES GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCIA JARA, O.P

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota de Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

MARÍA ANGÉLICA REYES PACHECO

Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Jurado

ALFONSO CANÓNIGO GALVIS

Jurado

Villavicencio, enero de 2020

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a Dios por darme salud, fortaleza y sabiduría para salir adelante y poder afrontar cada obstáculo presentado en el diario vivir.

A mis padres por el apoyo incondicional no solo durante mi carrera sino durante toda mi vida, por enseñarme e inculcarme todos los valores que me identifican.

A la empresa INMOBILCAR S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL en especial a la gerente por brindarme la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo, por enseñarme la importancia de emprender y crear empresa, por permitirme ser parte de la creación y desarrollo de esta y por tener la disponibilidad y paciencia para guiarme durante todo el proceso.

Finalmente, a la Universidad Santo Tomás por ser la academia que me brindo las bases principales para ser una profesional integra.

Contenido

	Pág.
Glosario.....	9
Resumen.....	11
Abstract	12
Introducción	13
Justificación	14
1. Objetivos.....	15
1.1. Objetivo general	15
1.2. Objetivos específicos.....	15
2. Perfil de la empresa	16
2.1. Empresa.....	16
2.2. Ubicación:	16
2.3. Perfil de la empresa	16
2.3.1. Misión	16
2.3.2. Visión.....	16
2.3.3. Valores	17
2.4. Portafolio de servicios.....	17
2.5. Cargo	17
2.6. Organigrama Estructural	18
2.7. Otras funciones.....	18
3. Aportes del estudiante a la empresa	19
3.1. Aportes de la empresa al estudiante	19
Conclusiones y recomendaciones	20
Referencias bibliográficas.....	21
Anexos	22

Lista de ilustraciones

Pág.

Ilustración 1. Organigrama Estructural, Adaptado de INMOBILCAR S.A.S 2020.....	18
--	----

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1. Participación en taller de Negociación Internacional.....	22
Anexo 2. Participación taller de proceso de Exportación	23
Anexo 3. Realización de curso en el instituto YEAH.....	23
Anexo 4. Diplomado en English for tourism and Hospitality	24
Anexo 5. Participación en la feria Expotravel realizada en la ciudad de Medellín	24
Anexo 6. Participación en el foro de la apuesta del turismo como motor de desarrollo	25
Anexo 7. Participación en el stand de turismo en el centro comercial viva evento organizado por el clúster de turismo de Villavicencio.....	26
Anexo 8. Participación en el foro de emprendimiento juvenil	27
Anexo 9. Participación en la Misión comercial Villavicencio	28
Anexo 10. Participación en el taller de estructura de tarifas.....	28
Anexo 11. Visita a la Feria internacional ANATO 2019.....	29
Anexo 12. Participación en los seminarios del programa de formación para empresas de turismo	30
Anexo 13. Figura 1. Evidencia de participación en el Expo feria Colombia EXPOTRAVEL	31
Anexo 14. Figura 2 y 3. Participación en la emisora que promueve el turismo en la ciudad de Villavicencio	31
Anexo 15. Figura 4 y 5. Participación en eventos dirigidos por la cámara de comercio de Villavicencio	32
Anexo 16. Figura 6 y 7. Participación en eventos dirigidos por la cámara de comercio de Villavicencio	32
Anexo 17. Figura 8, 9, 10,11. Viaje a la isla San Andrés con el fin de realizar reconocimiento de hoteles y lograr acuerdos comerciales	33
Anexo 18. Figura 12, 13. Participación en diferentes eventos organizados con el fin de promocionar las PYMES	34
Anexo 19. Figura 14, 15. Participación en el centro comercial viva evento dirigido por el clúster de turismo del Meta	35
Anexo 20. Figura 16,17. Visitas a diferentes Departamentos del Meta	36
Anexo 21. Figura 18,19. Clausura y entrega de diplomas del diplomado realizado en el instituto Yeah	37

Glosario

Agencia de Viajes: Son las empresas comercializadoras, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos. (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Alianzas Estratégicas: Proyectos del Fondo de Promoción Turística o PROCOLOMBIA celebrados con empresarios turísticos nacionales y turoperadores nacionales e internacionales, tanto para turismo interno como para turismo receptivo. (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Clúster Turístico: Concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, empresas relacionadas e instituciones asociadas en campos particulares que compiten y al mismo tiempo cooperan. (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Destino Turístico: Espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Guía de Turismo: Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado. Se conoce como profesional en el área de Guionaje o Guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que esté inscrita en el Registro Nacional de Turismo, previa obtención de la correspondiente tarjeta profesional como guía de turismo, otorgada por la entidad u organismo que el gobierno designe.(Ley 1558 de 2012). (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Prestador de Servicios Turístico: Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo. (Ley 300 de 1996). (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Producto Turístico: Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas. (Ley 300 de 1996) . (Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR), 2019)

Resumen

El presente documento es una descripción de la práctica empresarial que se llevó a cabo en la empresa INMOBILCAR S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL, desde Julio del año 2019 en la ciudad de Villavicencio, empresa dedicada a la venta y comercialización de paquetes turísticos nacionales e internacionales; la cual permitió desempeñar el cargo de Directora Comercial, el enfoque elegido para las actividades desarrolladas en esta práctica, fue en el área de ventas llevando a cabo el liderazgo en el departamento de gestión comercial y así mismo apoyando el departamento de marketing, y creación de estrategias comerciales.

Palabras claves: Turismo, Ventas, gestión comercial, Marketing, Estrategias comerciales

Abstract

This document is a description of the business practice that was carried out in the company INMOBILCA S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL, since July 2019 in the city of Villavicencio, a company dedicated to the sale and marketing of national and international tourist packages; which allowed me to hold the position of Commercial Director, the approach chosen for the activities developed in this practice, was the sales area carrying out the leadership in the commercial management department and also supporting the marketing department, and creation of commercial strategies.

Keywords: Tourism, Sales, commercial management, Marketing, Commercial strategies

Introducción

En el presente documento donde se expresan las prácticas empresariales desarrolladas en INMOBILCAR S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL abordaremos los diferentes procesos que se llevaron a cabo en la empresa, el tipo de estrategias que se utilizaron, los métodos que se aplicaron dentro del desarrollo de las actividades realizadas y los resultados obtenidos.

INMOBILCAR S.A.S- INMOBILCAR TRAVEL es una agencia de viajes la cual se dedica a la venta de paquetes turísticos nacionales e internacionales y ofrecer otros servicios como hospedaje, tiquetes aéreos, seguros de viajes, cruceros. (Inmobilcar Travel, 2019). La practicante pudo explorar diferentes escenarios en cuanto al diseño, organización, ventas y estudio de estrategias, teniendo contacto directo no solo con los clientes sino también con diferentes proveedores, además tuvo la oportunidad de hacer reconocimiento directo de lugares turísticos permitiendo interactuar con las dinámicas que ofrece el mercado.

La agencia de viajes nace y es constituida legalmente hace 8 años sin embargo hasta el 2019 sale al mercado ofreciendo sus diferentes productos y servicios turísticos. Esta surge como segunda actividad económica de la empresa y razón social INMOBILCAR S.A.S. empresa dedicada a la Comercialización de Vehículos, Bienes Raíces, Seguros, Administración de Inmuebles y Asesoría para la consecución de créditos para la adquisición de dichos bienes. (Inmobilcar., 2012).

Debido a esto el desempeño y trabajo desarrollado en la empresa ha sido satisfactorio para ambas partes puesto que se ha contribuido a la creación de un nuevo sector en la empresa y al estudio y búsqueda de estrategias para su desarrollo y funcionamiento.

Justificación

La práctica profesional es una de las alternativas a elegir como opción de grado dentro del programa de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás de Villavicencio.

El propósito de realizar las prácticas empresariales es lograr generar un intercambio de conocimientos y experiencias entre la empresa y el practicante, con el fin de complementar su formación como profesional. Es por esto la importancia de las prácticas empresariales como opción de grado, pues se considera que a partir de esta experiencia el estudiante conoce el campo laboral, adquiere y desarrolla aptitudes que le permiten adaptarse a cualquier situación y de la misma forma adquiere capacidad de solucionar problemas en el mundo real.

1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Evidenciar el impacto generado dentro de la empresa con la implementación de sistemas, estrategias y metodologías eficientes y eficaces para un mejoramiento continuo de los procesos de calidad y gestión dentro de la misma.

1.2. Objetivos específicos

- a) Identificar dentro de la compañía los procesos que generaron inconvenientes para la adquisición de nuevos clientes.
- b) Demostrar el desarrollo de un mecanismo que permitió la comunicación asertiva tanto para los clientes como para los procesos internos de la empresa.
- c) Precisar un sistema que permitiera establecer el mejoramiento continuo de los procesos de calidad de la compañía.
- d) Categorizar de manera sistemática los clientes de la compañía para la realización del seguimiento personalizado dependiendo sus necesidades.
- e) Exponer los resultados de las estrategias implementadas para mejorar el flujo de la información y el conocimiento dentro de la compañía.

2. Perfil de la empresa

2.1. Empresa

INMOBILCAR S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL

2.2. Ubicación:

Villavicencio Meta – Calle 1# 27-58 Anillo Vial

2.3. Perfil de la empresa

INMOBILCAR S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL es una empresa llanera dedicada a la venta de paquetes turísticos nacionales e internacionales cuyo objetivo principal es comercializar y distribuir los servicios turísticos superando las expectativas de sus clientes, alcanzando un reconocimiento a nivel nacional e internacional por su desempeño en el mercado a través de su sello de actitud, compromiso y calidad. (Inmobilcar Travel, 2019)

2.3.1. Misión

Ofrecer un amplio portafolio de productos y servicios turísticos distinguiéndonos por nuestro sello de actitud, compromiso y calidad. (Inmobilcar Travel, 2019)

2.3.2. Visión

Ser en el 2025 la Agencia de viajes líder en el sector turístico de los llanos orientales, obtener alto reconocimiento por nuestra cultura de servicio siempre orientada a la satisfacción de nuestros clientes, por las ventajas competitivas acordes con el crecimiento y el cambio constante del mercado global. (Inmobilcar Travel, 2019)

2.3.3. Valores

- Impulsamos una cultura de calidad reflejada en los principios de honestidad, confianza, respeto y cumplimiento
- Compromiso con los clientes de satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas
- Construir relaciones duraderas con nuestros clientes.
- Responsabilidad y ética profesional

(Inmobilcar Travel, 2019)

2.4. Portafolio de servicios

- Paquetes turísticos
- Planes nacionales e internacionales
- Tiquetes aéreos nacionales e internacionales
- Alojamiento
- Seguros de viajes
- Traslados
- Receptivos
- Cruceros

(Inmobilcar Travel, 2019)

2.5. Cargo

El cargo asignado en la empresa INMOBILCAR S.A.S – INMOBILCAR TRAVEL fue el de Directora Comercial, cuyas funciones se encaminaban a:

- Crear y desarrollar diferentes estrategias de marketing para atraer clientes y obtener beneficios
- Analizar y armar cada paquete turístico con el fin de obtener la venta y satisfacer al cliente
- Preparar las cifras y cuentas de las ventas

- Coordinar el trabajo del personal
- Capacitar y brindar apoyo a los asesores comerciales
- Asistir a capacitaciones, eventos, talleres, cursos, ruedas de negocios que incentivan al aprendizaje en el sector del turismo

2.6. Organigrama Estructural

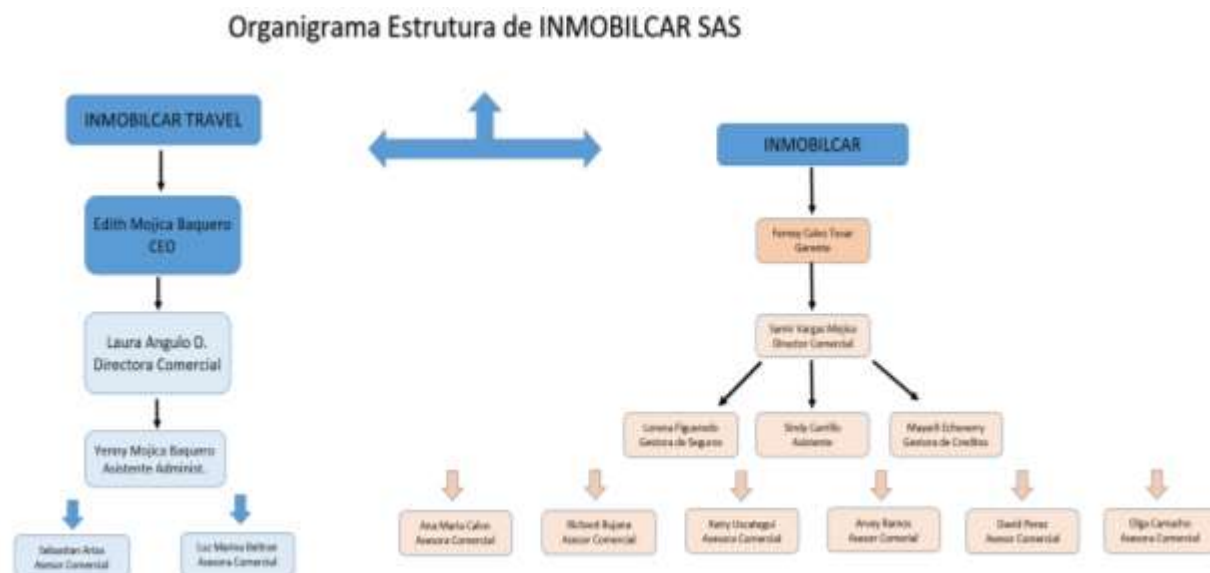


Ilustración 1. Organigrama Estructural, Adaptado de INMOBILCAR S.A.S 2020

2.7. Otras funciones

- Búsqueda de proveedores.
- Realizar acuerdos comerciales con mayoristas y nuevos proveedores.
- Asesora comercial (asesorar al cliente para que elija el mejor paquete turístico u otro servicio de acuerdo a su necesidad teniendo bajo costo y mayor beneficio).
- Asesorar y mantener contacto con el cliente ante, durante y después de la venta.
- Diseñar estrategias de publicidad.

3. Aportes del estudiante a la empresa

La participación de la practicante dentro de la empresa fue influyente puesto que dentro de las características brindadas a esta se encuentra la gestión de contactos que le permitió a la compañía obtener la mayor cantidad de lazos corporativos para brindar los distintos destinos turísticos adaptables a las necesidades de los clientes.

Otro aporte entregado fue la constante capacitación recibida por diferentes entidades líderes en el sector turístico que permitieron crear una estrategia de negocio en concordancia a los objetivos de la empresa.

Así mismo se fortaleció la imagen corporativa brindando una publicidad fresca y amena con los diferentes mercados a los cuales nos dirigimos siendo renovadas todas las redes de contacto de la compañía con el cliente dentro de ellas las redes sociales, contacto voz a voz, realización de folletos y volantes.

3.1. Aportes de la empresa al estudiante

- Adquirir dichas responsabilidades permitiendo así desarrollar autonomía y confianza en la práctica empresarial.
- El contacto directo con los clientes generó una reflexión de la importancia de saber actuar frente a diferentes situaciones durante el servicio al cliente.
- Hacer parte de un ambiente laboral que contribuyó a la creación de un equipo de trabajo ameno y eficaz para la compañía.
- Propicio un espacio de interacción permitiendo exponer las capacidades como practicante a diversos contactos que se acercaban a la empresa.
- Permitted tener un panorama más claro sobre los grandes atributos de la región y así mismo lo que involucra realizar turismo en el departamento del Meta y en Colombia.

Conclusiones y recomendaciones

La experiencia como practicante en la empresa INMOBILCAR S.A.S- INMOBILCAR TRAVEL, fue una experiencia gratificante ya que ofrece la oportunidad de crecer como profesional y como persona, gracias a la labor realizada, se logró ser parte de un ámbito dinámico y multicultural, además se pudo contribuir con desarrollo de una PYME. (Pequeña y mediana empresa).

Sin duda alguna, la práctica empresarial es una excelente opción para optar por el título profesional debido a que la experiencia obtenida, es una ventaja a nivel laboral ante los otros profesionales, a través de esta experiencia se fortalecen capacidades y además se desarrollan habilidades que generan confianza al entrar a cualquier campo laboral.

Como recomendación para los estudiantes próximos a elegir esta opción de grado, ser cuidadosos al momento de escoger la empresa en la cual realizaran su proceso, al ingresar a esta hacerlo con la mejor actitud demostrando agradecimiento por la oportunidad y brindando los mejores aportes posibles para destacarse como un valioso instrumento en la compañía.

Finalmente, Gracias a la empresa INMOBILCAR S.A.S - INMOBILCAR TRAVEL por permitir el ingreso por primera vez en un ámbito laboral y más siendo acorde a la carrera universitaria, también por brindar la confianza de demostrar las habilidades y por ser parte del crecimiento a nivel laboral y personal, y a la Universidad Santo Tomás de Villavicencio en especial a la facultad de Negocios Internacionales por brindar a los estudiantes la práctica empresarial como opción de grado.

Referencias bibliográficas

Fondo Nacional del Turismo. (FONTUR). (2019). *Glosario de terminología de turismo*. Obtenido de fontur.com.co: <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

Inmobilcar Travel. (2019). *Información general*. . Obtenido de <http://www.inmobilcartravel.com/>

Inmobilcar. (2012). *Quienes somos*. Obtenido de [inmobilcar.com: https://inmobilcar.com/quienes-somos/](https://inmobilcar.com/quienes-somos/)

Anexos

Anexo 1. Participación en taller de Negociación Internacional



Anexo 2. Participación taller de proceso de Exportación



Anexo 3. Realización de curso en el instituto YEAH



Anexo 4. Diplomado en English for tourism and Hospitality



Anexo 5. Participación en la feria Expotravel realizada en la ciudad de Medellín



Anexo 6. Participación en el foro de la apuesta del turismo como motor de desarrollo



Anexo 7. Participación en el stand de turismo en el centro comercial viva evento organizado por el clúster de turismo de Villavicencio



Anexo 8. Participación en el foro de emprendimiento juvenil



Anexo 9. Participación en la Misión comercial Villavicencio



Anexo 10. Participación en el taller de estructura de tarifas






Vice Ministerio de Turismo y el Instituto de Turismo del Meta

invitan al

Taller Estructura de Tarifas

Agenda 1. Conceptualización sobre canales de comercialización, tarifas y precios. 2. Taller para la estructuración de tarifas. 3. Conclusiones	Requerimientos Los participantes que deben llevar su portafolio, tarifarios y material promocional de sus empresas y actividades.
--	--

Organiza: 

Lugar: Pueblito Llanero, parque Las Malocas
 Fecha: martes 26 de noviembre de 2019
 Hora: 9:00 a.m. a 12:00 p.m. **Alojamientos**
 2:00 p.m. a 5:30 p.m. **Agencias de viajes operadoras**

Anexo 11. Visita a la Feria internacional ANATO 2019



**LAURA
ANGULO**

INMOBILCAR TRAVEL

VILLAVICENCIO



1121950501

VISITANTE PROFESIONAL



anato
Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

Anexo 12. Participación en los seminarios del programa de formación para empresas de turismo



TURISMO



Turismo un Camino a la Internacionalización

ProColombia y la Cámara de Comercio de Villavicencio

Invitan al **Programa de Formación para empresas de Turismo** donde usted podrá adquirir las herramientas para consolidar su producto turístico y proyectarse en el mercado internacional

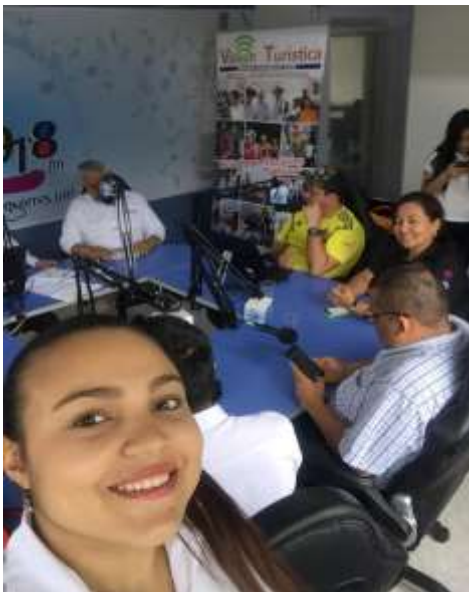
FECHA	SEMINARIO	HORARIO
19 de Agosto	Desarrollo de productos turísticos	8:00 a.m. – 4:00 p.m.
26 de Agosto	Diseño de paquetes turísticos	8:00 a.m. – 4:00 p.m.
2 de Septiembre	Gestión de calidad en empresas turísticas	8:00 a.m. – 4:00 p.m.
9 de Septiembre	Gestión financiera para empresas turísticas	8:00 a.m. – 4:00 p.m.
16 de Septiembre	Marketing de destinos Turísticos	8:00 a.m. – 4:00 p.m.

Anexo 13. Figura 1. Evidencia de participación en el Expo feria Colombia EXPOTRAVEL



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 14. Figura 2 y 3. Participación en la emisora que promueve el turismo en la ciudad de Villavicencio



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 15.Figura 4 y 5. Participación en eventos dirigidos por la cámara de comercio de Villavicencio



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 16.Figura 6 y 7. Participación en eventos dirigidos por la cámara de comercio de Villavicencio



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 17. Figura 8, 9, 10,11. Viaje a la isla San Andrés con el fin de realizar reconocimiento de hoteles y lograr acuerdos comerciales



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 18. Figura 12, 13. Participación en diferentes eventos organizados con el fin de promocionar las PYMES



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 19. Figura 14, 15. Participación en el centro comercial viva evento dirigido por el clúster de turismo del Meta



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 20. Figura 16,17. Visitas a diferentes Departamentos del Meta



Acacias- Meta



Pto López- Meta

Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019

Anexo 21. Figura 18,19. Clausura y entrega de diplomas del diplomado realizado en el instituto Yeah



Tomada por. Laura Juliana Angulo Domínguez, 2019