

**EL PAPEL DEL ASESOR COMERCIAL EN UNA AGENCIA DE VIAJES**

**JORGE LUIS GALVIS CANTILLO**

**CODIGO: 2151239**

**INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL PARA OPTAR AL TITULO DE  
NEGOCIADOR INTERNACIONAL**

**ASESOR**

**JUAN GUILLERMO SALDARRIAGA RIOS**



**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
MEDELLIN- 2018**

## Contenido

<b>1. INTRODUCCION.....</b>	<b>3</b>
<b>2. CONTEXTUALIZACION.....</b>	<b>4</b>
2.1. PRACTICA PROFESIONAL COMO ASESOR COMERCIAL.....	5
2.2 GOLD TRAVEL PREMIUM VIAJES Y TURISMO S A S .....	5
2.3 CARACTERIZACION DE LA EMPRESA .....	5
2.4 ALCANCES.....	8
<b>3. JUSTIFICACION.....</b>	<b>8</b>
<b>4. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>9</b>
4.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
<b>5. DIAGNOSTICO .....</b>	<b>9</b>
<b>6. RESUMEN DE PRÁCTICAS.....</b>	<b>10</b>
<b>7. ARBOL DE PROBLEMAS .....</b>	<b>10</b>
<b>8. ALTERNATIVAS DE SOLUCION:.....</b>	<b>11</b>
8.1. SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA .....	11
8.2 REFERENTES TEORICOS QUE FORTALECEN LA PRACTICA .....	12
<b>9. PLAN DE ACCION.....</b>	<b>13</b>
<b>10. RESULTADOS DE LA PRÁCTICA.....</b>	<b>13</b>
<b>11. CONCLUSIONES .....</b>	<b>14</b>
<b>12. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>14</b>
<b>13. LECCIONES APRENDIDAS .....</b>	<b>14</b>
<b>14. ANEXOS .....</b>	<b>15</b>
<b>15. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>16</b>

# 1. INTRODUCCION

En años anteriores había personas que consideraban que el hecho de viajar una pérdida de tiempo y dinero, forma de pensar que en estos tiempos han cambiado puesto de que cada día vemos que las familias, parejas, amigos hasta una sola persona empieza con anterioridad a planear sus vacaciones, a donde ir, que conocer, o donde viajar, pero ese interés y esas ganas no es algo repentino es por la facilidad que a lo largo de estos años se ha venido implementando y convirtiéndose en prioridades para algunas personas sino podemos decir que todas, Viajar nunca fue tan fácil y económico como ahora, y por muy ocupados que estemos siempre hay un hueco que podemos utilizar para un viaje, espacio que se han encargado las empresas ,los colegios, las universidades en facilitárnoslo, puesto que por ley todas tenemos derechos a espacio de descanso y esparcimiento.

De ahí es donde viene la necesidad, utilidad y facilidad que te brinda una agencia de viajes, puesto estas e encargan de organizar tu viaje y vacaciones perfectas, acomodándose a tus gustos, tu personalidad y lo más importante a tu presupuesto económico, las agencias de viajes más que darte un apoyo o asesoramiento y planeación de viajes se han convertido en uno de los factores principales de la comercialización de la oferta turística a nivel local, regional, nacional e internacional, al provocar y efectuar de manera directa el desplazamiento individual y masivo de personas a sus lugares soñados.

*Por un lado es representante activo de hoteles, las líneas aéreas, navieras, ferrocarrileras y de auto transporte; arrendadoras de automóviles, etc., al concentrar un elevado porcentaje de ventas anuales a solicitud del turista; pero también es necesario señalar que las Agencias de Viajes provocan un alto volumen de ventas que de otra forma no se originarían ya que juegan un papel muy importante de promoción profesional de recursos turísticos de interés mundial. (Revista ARQHYS 2012).*

Razón por la cual las agencias se han convertidos en excelente forma de negocio y de explotación y desarrollo de una de las mejor fuentes de comercio como lo es el turismo bien realizado, implementando técnicas de sensibilización de clientes y seguridad y confianza de producto partiendo de la necesidad de tener unas vacaciones bien hechas sin dejar nada a la suerte y evitando contratiempos.

Por lo tanto estas agencias le dan la oportunidad a practicantes de carrearas afines con el comercio y el mercadeo donde nos encargamos de realizar una serie de tareas definidas como lo son el estudio de mercado, captación de nuevos clientes y comercializar el portafolio de servicios con el fin de incrementar y logras las metas establecida de las ventas mensuales de la empresa.

## 2. CONTEXTUALIZACION

### Síntesis

Este documento muestra el desarrollo, conocimiento aportado y también adquirido en el transcurso de las prácticas profesionales, como estudiante de negocios internacionales, en la agencia de viajes GOLD TRAVEL PREMIUN VIAJES Y TURISMO, principalmente en el área de ventas y marketing.

### Abstract

This document shows the development, knowledge contributed and also acquired in the course of professional practices, as a student of international business, in the travel agency GOLD TRAVEL PREMIUN TRAVEL AND TOURISM, mainly in the sales and marketing area

**Descriptores:** agencias de viajes, viajes, marketing.

**Words:** agency, international, travel, sales, marketing.

## **2.1. PRACTICA PROFESIONAL COMO ASESOR COMERCIAL EN AGENCIA DE VIAJES**

### **2.2 GOLD TRAVEL PREMIUM VIAJES Y TURISMO S A S**

#### **2.3 CARACTERIZACION DE LA EMPRESA**

Es una agencia de viajes que funciona como organización de fidelización turística regida por la normatividad jurídica colombiana como lo es la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) , Gold Travel Premium fue constituida el 12 de agosto de 2014, con un capital social de 50.010.000,00 peso colombiano ,bajo la figura jurídica sociedad por acción simplificada con el Nit. 9007609854 y matricula mercantil 603973-03, por su propietaria y representante legal Sandy Martínez Jiménez, teniendo como sede principal en la ciudad de Barranquilla y después de su primer año y de acuerdo a la rentabilidad y aceptación del público y excelente servicio se crearon sucursales en Santa Marta, Cartagena y Sincelejo.

Brindando a sus clientes un amplio paquete de servicios y formas de pago, teniendo en su portafolios variedades de destinos a nivel nacional e internacional, cuenta con una alianza con hoteles encargándose del alojamiento, también tiene convenio con aerolíneas brindándose así el servicio de tiquetes y con servicios adicionales como lo son renta de vehículos, tours y excursiones, asistencia médica, servicio de alimentación y deportes extremos. Ofreciendo así los mejores precios del mercados y brindando a sus clientes unas series de privilegios y descuentos que hacen de su viaje una de las mejores experiencia.

#### *MISION*

*Gold Travel Premium Viajes y Turismo tiene el compromiso de satisfacer a los clientes mediante un mejoramiento continuo en la información de nuestros productos. Nuestro trabajo se desarrolla en un ambiente de respeto, confianza y apoyo recíproco, tanto en el personal interno como nuestros clientes y proveedores.*

*Estamos comprometidos con nuestros clientes en llevar una buena imagen de nuestra empresa. Con todo lo anterior, pretendemos darnos a conocer y poner a su disposición nuestros servicios, además de establecer unas excelentes relaciones comerciales.*

## VISION

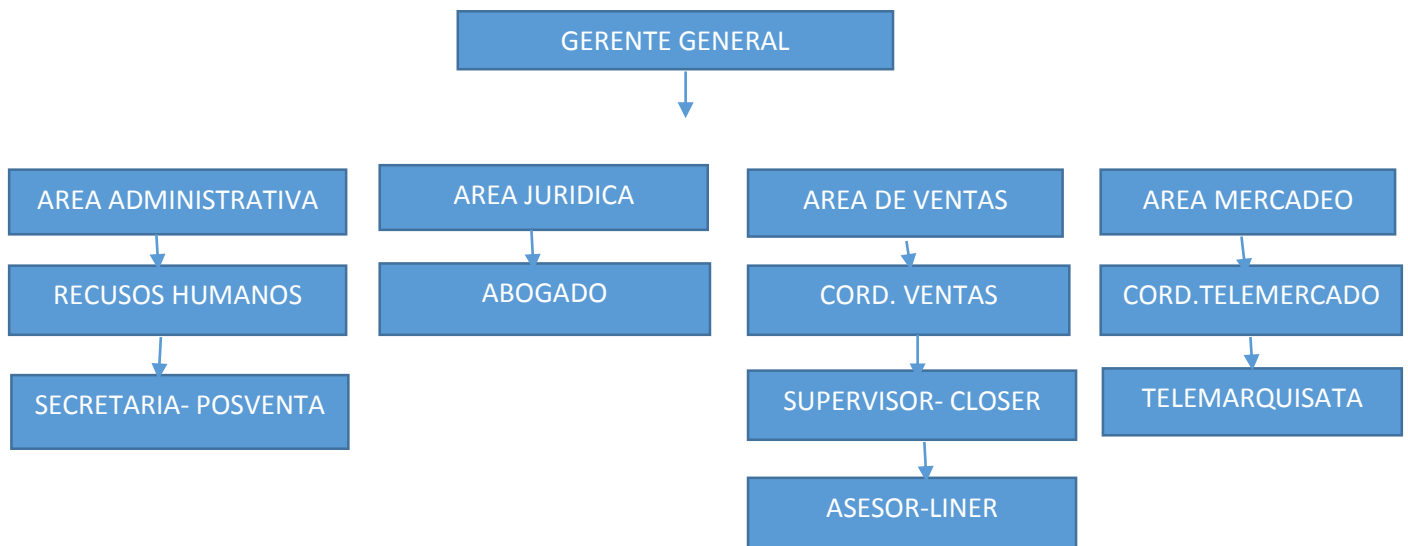
*Ser reconocidos en el sector turístico por el excelente servicio al cliente, atención oportuna y calidad en los paquetes turísticos ofrecidos, contando con recursos tecnológicos modernos, ágiles y efectivos, que le permita a la empresa satisfacer las necesidades de los clientes y lograr la rentabilidad esperada. Marcando las pautas en las tendencias del mercado.*

### *Políticas de Atención al Cliente*

*GOLD TRAVEL PREMIUM VIAJES Y TURISMO se comprometen a prestar servicios de asesoría de paquetes turísticos con confiabilidad y entrega oportuna de los servicios ofrecidos y que satisfagan las necesidades de los clientes, contando con proveedores reconocidos, tecnología adecuada y personal idóneo y comprometido con el mejoramiento continuo y el crecimiento de la empresa. (Agencia de viajes Gold Travel Premium-santa marta).*

### **Agencia de Viajes Gold Travel Premium – Santa Marta.**

En la agencia de turismo Gold Travel Premium viajes y turismo cuenta con un gran equipo dividido en varias dependencias donde en conjunto hace que el funcionamiento de la empresa sea efectivo, contando con un gerente general, área administrativa, área jurídica, área de tele mercadeo y el área de ventas la cual se explicara en las siguientes gráficas.



### **Agencia de Viajes Gold Travel Premium – Santa Marta.**

**GERENTE GENERAL:** Liderar la gestión y planificación de estrategias de ventas, buscando proveedores, vigilando y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, efectividad, cumplimiento y sustentabilidad de la empresa, acatando la ley y cumpliendo las normativas y reglamentos vigentes.

**AREA ADMINISTRATIVA:** Asesorar a la Dirección General en la formulación de planes y programas para la administración del talento humano, los recursos físicos y económicos,

- Dirigir, coordinar y controlar el proceso contractual.
- Ejecutar los programas y proyectos de administración del talento humano, de conformidad con las normas de empleo.
- Recepción de documentación.
- Coordinación y vigilancia de cumplimiento de los paquetes de viajes adquiridos por los clientes.
- Recepción de las quejas y reclamos de los clientes.

**AREA JURIDICA:** vigila el cumplimiento de la legalidad en las operaciones de y ventas realizadas por la agencia de viajes.

- Defiende y protege los intereses de nuestra empresa en todo tipo de procedimientos judiciales.
- Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas legales.
- Se encargan de responder los derechos de petición allegados por los clientes insatisfechos.

**AREA DE VENTAS:** son la cara principal de la agencia su función es el ofrecimiento de nuestros servicios, de ellos depende el éxito de la agencia.

- Manejar, conocer, mostrar los portafolios de servicios.
- Estudiar al cliente armándoles planes que se adapten a sus gustos.
- Mostrar y proyectar todos los beneficios que tienen los paquetes de viajes.

Esta área de ventas está dividida en tres cargos, un coordinador de ventas que es el encargado de la sala estudiar los perfiles de los clientes para asignar al asesor perfecto que pueda compaginar la personalidad del cliente y así lograr una venta efectiva.

Esta el supervisor o closer, es el encargado de apoyar al asesor y resolver dudas de los clientes, también es el encargado de cerrar cada venta.

Y por último tenemos al asesor o liner, este es el eje principal se encarga de emocionar al cliente y mostrarle los beneficios de nuestra agencia y porque somos la mejor opción, se

encarga de mostrar el portafolio de ventas y de armarles sus paquetes de viajes, es el amigo del cliente el que lo ayudará a escoger sus vacaciones soñadas.

El desarrollo de esta práctica fue desempeñada en el área de ventas ya que es el departamento de la empresa más a fines de la carrera de Negocios Internacionales.

**AREA DE MERCADEO:** se encargan de contactar clientes potenciales y comercializar nuestros productos y servicios.

- Agentándoles citas con nuestros asesores para que lleguen a las sedes y conocer los paquetes de viajes y servicios.
- Sensibilizar al cliente y hacerle saber por qué nuestra agencia es la mejor.
- Motivar a clientes antiguos a seguir viajando con nosotros.

Ahora bien para entrar a mostrar lo que busca la presente sustentación, se hablara acerca de la experiencia y de las funciones realizadas en el cargo de Asesor comercial con modalidad de prácticas universitarias, en donde el practicante estuvo a cargo en el área de ventas donde comunicaba adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que se comercializa, además asesore a los clientes acerca de cómo los productos o servicios que se ofrece pueden satisfacer sus necesidades y deseos, acoplándose perfectamente a lo que ellos buscan para sus vacaciones.

## 2.4 ALCANCES

- Poder mostrar mis conocimientos académicos en el área de negociaciones y mercadeo.
- Aplicar mi habilidad para el estudio de mercado y fiscalización de clientes potenciales.
- Desarrollar más mi destreza para la venta y convencimiento de clientes para la compra de productos intangibles.

## 3. JUSTIFICACION

La práctica profesional es un programa de cooperación entre la universidad y una empresa ya sea del sector privado o público, que tiene como fin permitirle al estudiante practicar y desarrollarse en el mundo empresarial, acercándolo y empapándolo al ejercicio de su profesión, actividad que le da un valor agregado a su formación académica, profesional y personal.

Y también es un requisito académico para que el estudiante pueda alcanzar el título profesional.

Las agencias de viajes necesitan que su portafolios y servicios sean impactantes y atractivos para los clientes, he de ahí la importancia del estudio del mercado, por eso es importante que estas empresas le den oportunidad a practicantes universitarios en la carrera de negocios internacionales para que estos aporten sus conocimientos frescos y ser piezas importantes para darle otro aire a la empresa ya que estos pueden proponer nuevas ideas.

## **4. OBJETIVO GENERAL**

- Aportar al desarrollo económico y comercial de la agencia de viaje Gold Travel Premium.

### **4.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Contribuir con el incremento de las ventas mensuales de la agencia.
- Implementar estrategias para la captación de clientes.
- Realizar gestión comercial para la fidelización de los clientes.

## **5. DIAGNOSTICO**

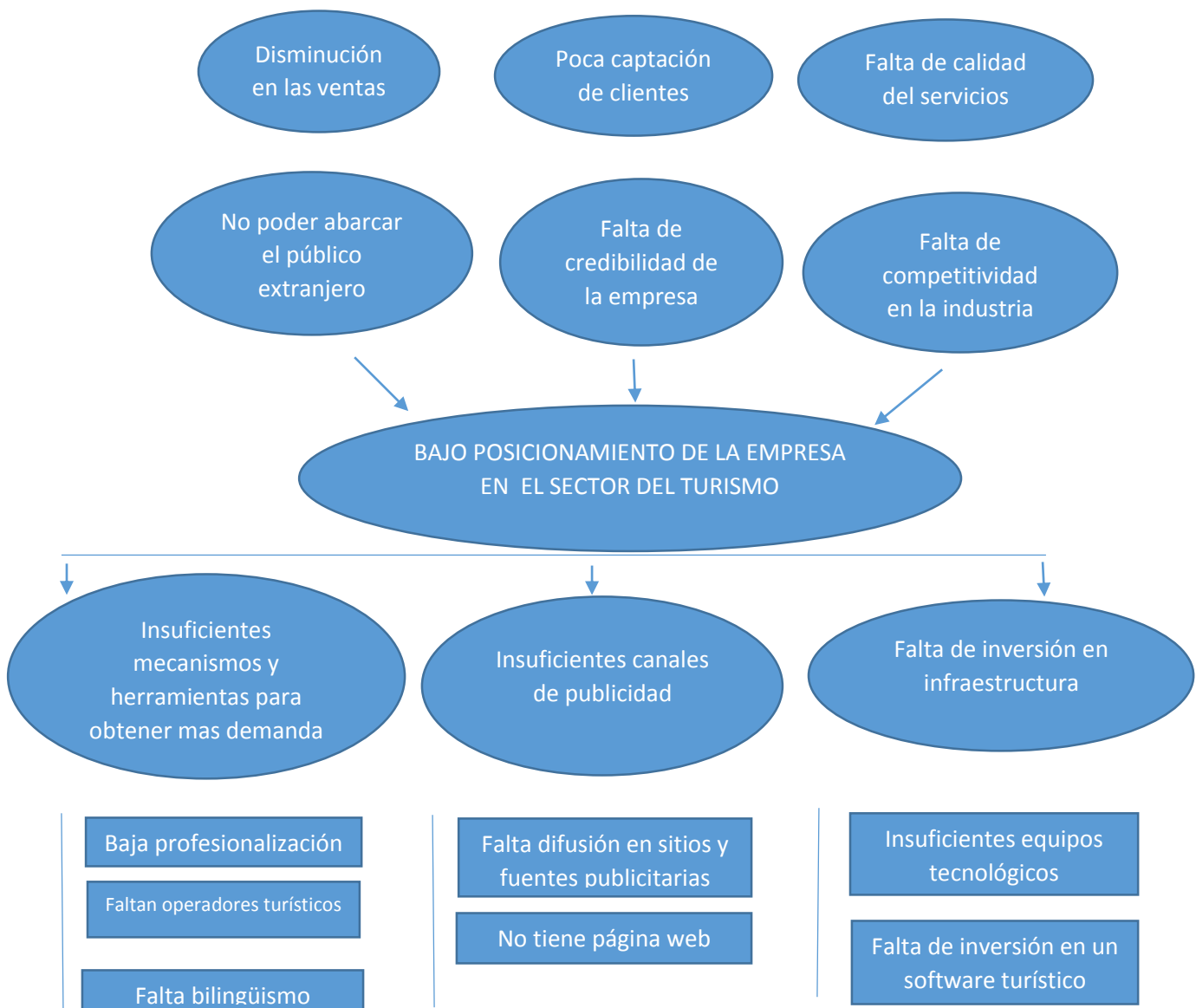
Al entrar a la empresa GOLD TRAVEL PREMIUM, se evidenció que era un ambiente perfecto para exponer mis conocimientos académicos en investigaciones de mercado, organización de tiempo, captación de nuevos clientes y establecer contacto con ellos puesto que mi entrada fue directamente al departamento de ventas y tenía una conexión directa con el cliente y el producto ofrecido, al llegar me enfrenté a una empresa sólida que a pesar de tener tan poco tiempo en el mercado contaba con una base de datos y clientes ajustados al perfil que buscaba la empresa ya que la mayoría tenían la facilidad y posibilidad de obtener todo lo ofrecido por nosotros y a diario el porcentaje de clientes se ajustaba a las metas establecidas por la empresa.

Pero con el pasar de los meses pude detectar que no había variantes y que el negocio era muy plano puesto que los porcentajes siempre eran los mismos y es ahí donde pude determinar que una de las causas de esto era la poca inversión en infraestructura, que al ser una empresa con una captación promedio de clientes, no dábamos abasto en infraestructura, ahora bien el turismo es una de las industrias más afectadas y me atrevo a decir que uno de los motivos es la falta de regulación del sector ya que existen muchas empresas de carácter informal donde la infraestructura, publicidad y todo lo que requiere una empresa de estas, es lo que menos les importa ya que estas agencias de tipo informal su fin principal es vender paquetes turísticos a como dé lugar, cosa que hace que el sector pierda credibilidad y confianza por parte del cliente.

## 6. RESUMEN DE PRÁCTICAS.

Realice la práctica universitaria en la empresa GOLD TRAVEL PREMIUM donde ingrese en el área ventas como asesor comercial donde materialice mis conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera académica en la realización de estudios de mercados, también aprendí a estudiar los tipos de cliente y desarrolle mi capacidad comercial para cerrar una venta intangible. Además aprendí a implementar estrategia de mercadeo para dar soluciones a los defectos comerciales que tenía la empresa como la poca publicidad en los medios de comunicación masiva ya que es una empresa nueva con pocos años en el mercado. Por otra parte mi lo fundamental fue el aporte que le di a la empresa de mis conocimiento aprendido en la universidad en materia de mercadeo a ponerlos disposición de la compañía y de mis compañeros, enriqueciéndonos los unos a los otros yo aportaba mis conocimientos frescos y ellos su experiencia.

## 7. ARBOL DE PROBLEMAS



## 8. ALTERNATIVAS DE SOLUCION:

- Hacer alianzas comerciales con grandes operadores turísticos mundiales para tener una mayor diversificación de destinos, para causar un mayor impacto en los clientes y estos tengan la oportunidad de conocer el lugar que siempre han querido.
- Inversión de publicidad en los medios masivos de comunicación, tomando como eje principal las redes sociales, puesto que a lo largo de estos últimos años el uso de las redes ha revolucionado siendo en estos momentos el mejor y más económico sistema de publicidad y llegar al público.
- Invertir en un software, creando una herramienta de acceso virtual para mayor facilidad para adquirir el producto, donde el cliente con solo descargar una App o entrando a la página pueda organizar sus viajes de acuerdo a su tiempo, economía y gusto desde la comodidad de su hogar.

### 8.1. SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA

Haciendo un estudio detenido y sacando las alternativas de solución plantadas puedo deducir que la mejor alternativa y la más novedosa es la de invertir en un software, puesto que para nadie es un secreto que la vida online ha causado un impacto a nivel mundial, y sobre todo el sistema de compras en línea, donde una de las mayores ventajas es que seria 24 horas el cliente podría armar su paquete de viaje desde cualquier lugar y la hora que quiera.

Permitiendo optimizar los procesos comerciales y administrativos de la Agencia de Viajes, otorgándole el poder del control de la información de toda su actividad.

Con una fácil gestión de ventas, con control de toda clase de servicios: avión, hoteles, deportes extremos, guías turísticos, seguros, barco, autobús, restaurantes, alquiler de vehículos, etc., pudiendo confirmar reservas, emitir bonos, facturas, cobrar, con un simple clic.

*En el siglo XXI cualquier empresa debe aprovechar la tecnología para captar nuevos clientes, darse a conocer y fidelizar su público. Los servicios para ofrecer ventajas a la clientela son prácticamente ilimitados y podemos utilizar infinidad de recursos por un bajo precio para llegar a ellos: campañas de publicidad a través de correo electrónico, bases de datos organizadas, feedback, chats para resolver cualquier duda a los clientes; Sin embargo, las posibilidades que aporta la tecnología a un negocio no solo sirven para mejorar la relación con clientes o potenciales clientes, también para la gestión interna del negocio. Sea cual sea el ámbito de la empresa, un software de negocios puede mejorar la productividad, reducir costos y optimizar el tiempo y los distintos procesos.*

*Implantar un software para administrar tu negocio permite que los procesos sean más sencillos, se pierda menos tiempo en ellos o incluso se realicen de forma automática. Ya no*

*hacen falta libretas de cálculos, bolígrafos, hojas y papeleo. Hay programas capaces de llevar todas las gestiones necesarias. Desde la gestión de contabilidad y finanzas hasta la forma de gestionar los clientes de la empresa, el inventario de la misma o incluso la organización. (www.libertaddigital.com).*

## **8.2 REFERENTES TEORICOS QUE FORTALECEN LA PRACTICA**

Colocando como referente teórico una de las mejores agencias de viajes online en la Latinoamérica como lo es DESPEGAR.COM.

Según publica Infobae, Despegar.com hoy es una de las compañías principales “empleadoras de talento” en software, con diseño íntegro en la Argentina y pionera en datos de Mobile App, en un rubro que paga los salarios más altos de la economía. Tiene tres centros de desarrollo de software propio y más de 1.000 personas dedicadas a IT (Information Technology).

“Nosotros nos vemos como una empresa de tecnología que operamos en turismo. En su momento, los socios fundadores eligieron al turismo como industria y Latinoamérica, pero siempre como una empresa tecnológica”, explicó el gerente general de Despegar.com, Guido Glikin.

“Hoy un cuarto de nuestra venta pasa por el celular y dos tercios del tráfico pasa por el celular. Creemos que en muy pocos años vamos a ser una empresa móvil, porque hacia allá va el consumidor, que es el que manda. Hace años que empezamos a invertir en función de este cambio en aplicaciones móviles. En Latinoamérica somos los primeros en descargas en Androide y Apple Store” (Revista Reportur, Buenos Aires 12 marzo 2017).

Vemos que el área del turismo y las grandes compañía han empezado a invertir en este mercado que cada día se fortalece, una de estas es Holding Falabella S.A.C.I. que implemento su nuevo proyecto de ventas Viajes Falabella.

*Que inició sus actividades como agencia de viajes en Colombia el año 2006. Es una empresa nacional filial perteneciente al holding Falabella S.A.C.I. e incorporada a la Asociación Internacional de Transporte Aéreo IATA. Nuestra casa matriz y centro de operaciones se encuentra en Bogotá, contamos con una red de 24 sucursales a lo largo de toda Colombia: Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Pereira, Cartagena y Bucaramanga. Internacionalmente, Viajes Falabella tiene agencias propias en Chile, Perú y Argentina. Es importante destacar que Viajes Falabella cuenta con un departamento Corporativo especializado en viajes de negocios. Además, con un área de planificación y organización de viajes de incentivos y congresos, tanto en Colombia como en el extranjero. Viajes Falabella se ha destacado en el mercado de viajes por su perfil innovador y su preocupación constante por entregar un excelente servicio, que logra equilibrar calidad, precio y formas de pago. Por esta razón, es la agencia de viajes con mayor crecimiento de los últimos años, ocupando un lugar de privilegio entre las principales empresas de la industria. (/www.viajesfalabella.com.co).*

## 9. PLAN DE ACCION

<b>Actividades</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Resultados</b>
<b>Comercializar de portafolio de servicios.</b>	<b>Incrementar las ventas mensuales</b>	<b>6 meses</b>	<b>Se logró cumplir las metas mensuales establecida ( 30 millones mensuales)</b>
<b>Realizar estudio de mercado</b>	<b>Captación de nuevos clientes</b>	<b>15 días</b>	<b>Fidelización de 15 clientes nuevos mensuales.</b>
<b>Realizar tele mercadeo</b>	<b>Agendar citas con nuevos prospectos</b>	<b>6 meses</b>	<b>Se logró cumplir la meta de agendar 30 clientes mensuales con citas</b>
<b>Informe de gestión diaria</b>	<b>Analizar la productividad de cada día</b>	<b>6 meses</b>	<b>Contabilizar las ventas diarias que realizaba.</b>

## 10. RESULTADOS DE LA PRÁCTICA

La idea implementar un software en la compañía se desarrolló a partir de la experiencia y cultura turística de nuestros clientes fidelizado ya que logramos descubrir la falencia que se tenía como agencia de viajes como por ejemplo no se tiene una página web donde los clientes compre los diferentes servicios del portafolio de negocios entonces se implementó un software con el fin de que los clientes fidelizado en la compañía al momento de llegar a la instalaciones se le puede ofrecer el portafolio de servicios a través del software de manera rápida y eficaz , donde un asesor comercial es el encargado de realizar la asesoría y la compra en línea con el fin de agilizar todos los trámites y así los clientes de las compañía se sienta complacido con el servicio implementado con el fin de fidelizar más clientes.

## **11. CONCLUSIONES**

- Logre cumplir las metas establecidas por la empresa ya que mi desempeño fue optimo y logre plasmar todo el conocimiento que adquirí es mis estudios académicos a lo largo de la carrera.
- Debido que el sector del turismo hay mucha informalidad de empresa, se debe implementar una estrategia para la captación de clientes potenciales ya que este es un sector económico de mucha demanda pero a la vez, se presta como un medio ilegal para engañar y estafar a los clientes.
- Como estamos en un mundo tan globalizados las empresas en el turismo deben implementar diferentes medios de ventas, ya sean páginas web, appstore, para ser más llamativas y sobresalir ante las demás creando así una credibilidad y facilidad de acceso para los clientes interesados en realizar sus viajes.

## **12. RECOMENDACIONES.**

En base a mi calidad de practicante hare dos recomendaciones acerca de mi paso por la práctica universitaria uno directamente y otra a la universidad como formadora para poder llevar a cabo este proceso.

1. A la empresa GOLD TRAVEL PREMIUM le recomiendo la implementación de asesores bilingües que tenga la posibilidad de venderle a un cliente extranjero ya que las sedes se encuentran en ciudades que tienen un gran porcentaje de extranjeros y así captando ampliando nuestra clientela.
2. A la Universidad más que una recomendación es una idea de implementar una materia dentro del pensum de Negocios Internacionales, que este basada en la Industria del Turismo puesto que este sector es uno de los que más jala en la economía colombiana.

## **13. LECCIONES APRENDIDAS**

Como fue mi primera experiencia laboral aprendí a trabajar en equipo y adquirir responsabilidades, valorando tu trabajo y respetando tanto a tus compañeros como a los clientes.

También me deja un gran conocimiento en ventas en saber llegarle a las personas y ofreciéndoles lo que necesita y mostrarle sus mejores opciones, donde aprendes a tener confianza en ti en tus conocimientos y capacidades.

## 14. ANEXOS

Foto del periódico el pilón de la ciudad de Valledupar en el hotel Tativan donde la empresa hizo un evento de servicios vacacionales con el fin de abrir una nueva sede en la ciudad de Valledupar.

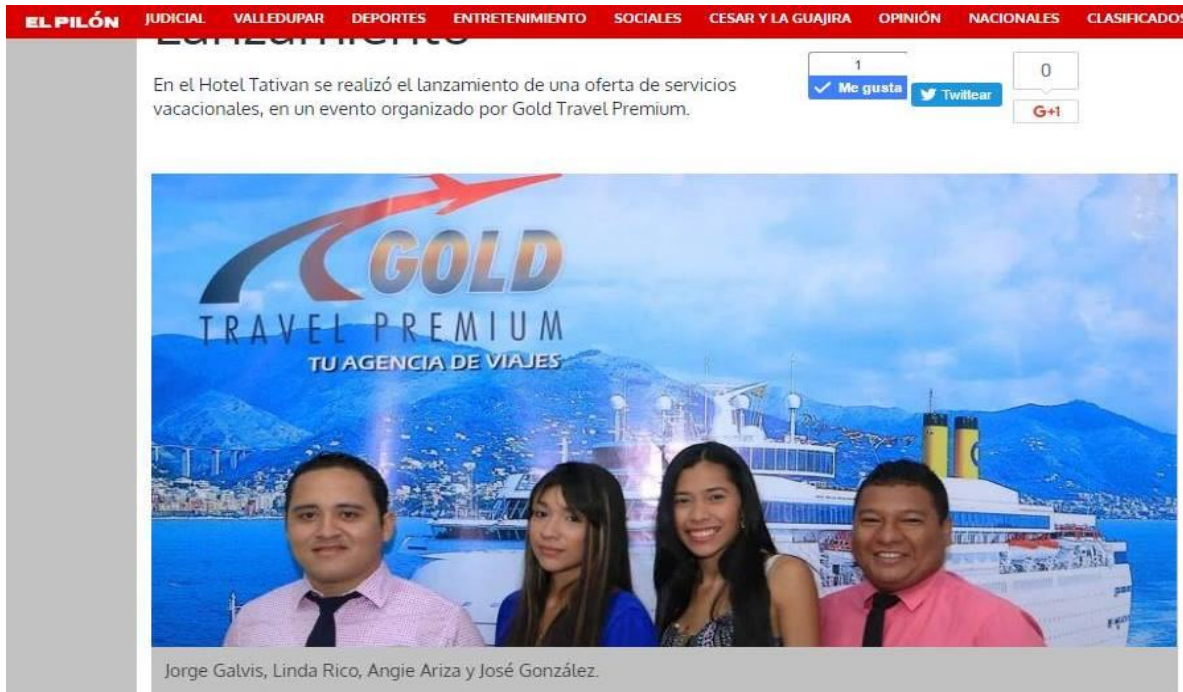


Foto del logo de Gold Travel Premium



## 15. BIBLIOGRAFIA

- Artículo revista ARQHYS 2012 [www.arqhys.com/contenidos/viajesagencia-importancia.html](http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencia-importancia.html)
- Agencia de Viajes Gold Travel Premium – Santa Marta.
- [www.libertaddigital.com](http://www.libertaddigital.com)
- [www.reportur.com/argentina/2017/03/12/despegar-en-muy-pocos-anos-vamos-a-ser-una-empresa-movil/](http://www.reportur.com/argentina/2017/03/12/despegar-en-muy-pocos-anos-vamos-a-ser-una-empresa-movil/)
- [www.viajesfalabella.com.co](http://www.viajesfalabella.com.co)