



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
PROYECTO COMUNICACIONES AGENCIA DE VIAJE OFERTUR**

**PRESENTADO POR:
ANDREA PATRICIA RAMIREZ CASTRO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO
PRACTICA PROFESIONAL
VILLAVICENCIO- 2023**



INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

PRESENTADO A:

MARIA CAMILA OSSA

DOCENTE PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

(JOSE GUILLERMO RAMIREZ QUINTERO)

GERENTE GENERAL S.

AGENCIA DE VIAJES OPERADORA OFERTUR

PRESENTADO POR:

ANDREA PATRICIA RAMIREZ CASTRO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMOR

PROGRAMA DE COMUNCACIÓN SOCIAL

PRACTICA PROFESIONAL

2023



Contenido

CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA	4
1. RESEÑA HISTORICA:	4
2. PLAN ESTRATÉGICO DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA: MISIÓN, VISIÓN,...	5
3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS A DESARROLLAR..	10
4. OBJETIVOS BUSCADOS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL	10
5. METAS PROPUESTAS:	11
6. DIAGNOSTICO Y PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS AL INICIAR LA PRÁCTICA	12
7. CRONOGRAMA	15
8. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICA	15
CAPITULO 2. (SEGUNDA ENTREGA)	16
9. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y FUNCIONES DESARROLLADAS POR EL PRACTICANTE	16
10. ESTRUCTURA DEL DISGNOSTICO	17
11. PLAN DE MEJORAMIENTO	18
12. PRODUCTOS COMO RESULTADO DE LOS APORTES QUE EL PRACTICANTE	19
13. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRÁCTICA:	22
CAPITULO 3. (TERCERA ENTREGA)	23
14. APORTES Y SUGERENCIAS REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA.	23
15. NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA	23
16. PLAN DE MEJORAMIENTO	24
17. PRODUCTO COMO RESULTADO	25
18. EVIDENCIA DE LA EJECUCION TOTAL DE LA PRÁCTICA Y DESCRIPCION DE VALOR	26
19. CONCLUSIONES.....	26



CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA

1. RESEÑA HISTORICA:

VIAJES OFERTUR SAS, es una agencia de viajes mayorista que presta servicios de turismo convencional y especializado. Inicia operaciones el 7 de julio de 2015 en Granada Meta nuestro mercado objetivo principal es: Clientes individuales directos, empresas medianas, Empresas del Sector Educativo, Empresas del Sector Oficial, Alcaldías, Gobernaciones, Asociaciones, Fondos de Empleados y Cooperativas. A la fecha hemos atendido más de 5.000 clientes en los casi 8 años de operación.

Hemos sido ganadores de varios reconocimientos de parte de PROCOLOMBIA, uno de ellos nos lleva a participar como observadores de la feria Fitur en Madrid España en el año 2019 y el otro nos permite hacer una pasantía de turismo rural en Panaca Eje cafetero, en el mismo año. Fuimos reconocidos durante dos años seguidos en el 2018 y 2019 como una de las 10 agencias más vendedores del departamento del meta en la plataforma Despegar.

La pandemia obligo a parar operaciones durante el año 2020 y parte del año 2021, no obstante, en este momento estamos haciendo procesos de recuperación y estamos actualizando nuestras plataformas digitales, reanudando nuestros convenios internacionales y contamos actualmente convenios de representación directa con cadenas hoteleras que hacen presencia en cerca de 30 países,



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



sumando más de 2000 hoteles directos y convenios con operadores en destino en los 5 continentes. Somos la única agencia mayorista de la región del Ariari con operación internacional directa. Destacamos convenios con Cuba, República Dominicana, México, Suramérica, Europa, Medio Oriente, Emiratos Árabes entre otros. Tenemos convenios directos con empresas de cruceros y navieras de todo el mundo.

Somos aliados varias plataformas profesionales web que integran a más de 400.000 hoteles y las líneas aéreas más importantes de mundo.

2. PLAN ESTRATÉGICO DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA: MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y METAS

VIAJES OFERTUR SAS, es una empresa de turismo convencional y especializado al servicio del departamento del Meta, llanos orientales, regiones cercanas, y proyección nacional en el mediano plazo, nuestros socios y colaboradores llevan en el mercado más de 20 años de experiencia, nuestro mercado objetivo principal son: Clientes individuales directos, empresas medianas, Empresas del Sector Educativo, Empresas del Sector Oficial, Alcaldías, Gobernaciones, Asociaciones, Fondos de Empleados y Cooperativas. Tenemos convenios de representación directa con cadenas hoteleras que hacen presencia en cerca de 30 países, sumando más de 2000 hoteles directos y convenios con operadores en destino en los 5 continentes. Somos la única



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



agencia mayorista de la región del Ariari con operación internacional. Destacamos convenios con Cuba, República Dominicana, México, Suramérica, Europa, Medio Oriente, Emiratos Árabes entre otros. Tenemos convenios directos con empresas de crucero y navieras de todo el mundo. Somos aliados de la plataforma Despegar

2.1 MISION

Ofrecer servicios y productos turísticos especializados emisivos y receptivos con altos índices de calidad en procura de la mayor satisfacción del cliente.

2.2 VISION

Posicionarnos como uno de los mejores prestadores de servicios turísticos de la región siendo reconocida por sus altos índices de excelencia.

2.3 OBJETIVOS

Brindar programas de turismo especializado, que integren la familia del cliente, permitiendo el conocimiento de las diferentes regiones del país, tales como caminatas, ciclo paseos, excursiones y circuitos nacionales terrestres o aéreos, paseos de uno o más días.



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



Los destinos son entre otros:

- Llanos orientales, región del Ariari, Sierra de la macarena
- Boyacá y Santanderes
- Costa atlántica
- Costa Pacífica
- Nariño
- San Andrés y Providencia
- Leticia y Amazonas
- Medellín y Antioquia
- Tolú y Coveñas
- La Guajira
- Bogotá de Compras

SALIDAS INTER NACIONALES (VIAJES AL EXTERIOR)

DIRIGIDOS A: Clientes directos de todas las edades, particulares empresas y entidades asociativas.



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



Brindar programas de turismo especializado, que integren la familia del viajero y del participante, permitiendo el conocimiento de las diferentes regiones del mundo, ciclo paseos, excursiones y circuitos internacionales terrestres, aéreos, combinados y cruceros.

Los destinos propuestos serán entre otros:

- Caribe, Republica Dominicana, Cuba
 - México, circuitos, ciudad y playa, Acapulco, puerto Vallarta, Cancún y Los Cabos
 - Centro América: Panamá, Costa rica, El salvador
 - Combinados a Ecuador
 - Antillas, Cruceros por Antillas
 - Suramérica: Perú, Brasil, Chile, Argentina
 - Norte américa. Estados Unidos, circuitos este, oeste, Noreste.
 - Europa: circuitos por España, Francia, Italia, Grecia, cruceros islas griegas. Países Nórdicos
 - Asia y medio oriente, Egipto, Dubái., China, Singapur
 - Australia y Oceanía
 - Cruceros por todo el mundo
-



2.4 ORGANIGRAMA





3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS A DESARROLLAR

- Apoyo área de diseño y Comunicaciones: brindar asistencia y soporte en el área de diseño y comunicaciones.
- Diseño de plan de comunicaciones: Esta función se enfoca en la creación y desarrollo de un plan de comunicaciones detallado y efectivo para un proyecto, empresa o producto.
- Creación de contenidos audiovisuales: Crear material audio visual y grafico para promocionar.
- Impulso de redes sociales: Generar estrategias para la promoción y visibilizarían de las redes sociales de forma orgánica

4. OBJETIVOS BUSCADOS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL

4.1 OBJETIVO GENERAL

Fomentar la adopción de estrategias de comunicación comercial dentro de Ofertur.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Crear Plantillas para crear y diseñar contenido audiovisual de alta calidad con el objetivo de destacar la empresa y sus productos o servicios en el mercado.
- Capacitar al equipo de trabajo en el uso de plataformas y en la creación de contenido con herramientas de fácil manejo.

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”	
---	--	---

- Elaborar modelos de difusión para posicionar la imagen de la empresa y la divulgación del contenido.

5. METAS PROPUESTAS:

- Diez plantillas graficas totalmente editables diseñadas para impulsar la creación y desarrollo de contenido para redes sociales (con ellas se podrán crear publicaciones atractivas de manera sencilla y rápida)
- Diez plantillas audiovisuales totalmente editables diseñadas para impulsar la creación y desarrollo de contenido para redes sociales (con ellas se podrán crear publicaciones atractivas de manera sencilla y rápida)
- Seis capacitaciones en conjunto con el equipo de diseño, con el objetivo de mejorar el uso y aprovechamiento de las herramientas de diseño y manejo de redes sociales
- Tres modelos de difusión para mejorar la promoción e imagen de la empresa



6. DIAGNOSTICO Y PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS AL INICIAR LA PRÁCTICA

DIAGNOSTICO:

La agencia de viajes carece de herramientas adecuadas para el diseño y uso insuficiente de las redes sociales, lo que afecta su capacidad para promocionar sus servicios y conectarse con los clientes. Para mejorar su presencia online se sugiere implementar herramientas de diseño y fortalecer su presencia en redes sociales. Es importante evaluar las necesidades de la empresa, determinar las herramientas necesarias y evaluar su capacidad de adquisición y capacitación, así como evaluar los resultados obtenidos para alcanzar los objetivos propuestos.

NECEDIDADES:

Una agencia de viajes sin uso del área de comunicaciones ni uso de redes sociales puede tener algunas necesidades clave para atraer clientes y hacer crecer su negocio. Aquí hay algunas sugerencias para considerar:

Comunicación efectiva: aunque la agencia no utilice las redes sociales, es importante que tenga una presencia en línea más activa. Debe asegurarse de que la información sobre los servicios que ofrece, los paquetes de viajes, las tarifas y la política de cancelación sean claros y estén actualizados, para que los potenciales clientes tengan toda la información que necesitan para tomar una decisión informada.



FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



Publicidad: puede utilizar medios digitales, como contenido audio visual, para asegurarse de que su negocio llegue a los potenciales clientes.

Conocer sobre las herramientas: tener capacitaciones sobre el uso de diferente plataforma para creación de contenido

Establecer modelos de difusión: este con el fin de poder crear una estrategia para cada red social a impulsar (Facebook- Instagram- whatsapp) para mayor visibilidad.

CARACTERIZACIÓN POBLACIONAL





JERARQUIZACIÓN DE PROBLEMAS

JERARQUIZACIÓN DE PROBLEMAS



CONCEPTUALIZACION:

- 1 → los creadores de contenido sugieren tener a disposición plataformas para creación de sus piezas graficas y audiovisuales
- 2 → kottler manifiesta que es importante segmentar la población para tener un mejor enfoque al momento de transmitir una información (para que sea mas personalizada y eficaz)
- 3 → los cominiti manager siempre sugieren mantener actividad diaria en redes sociales para poder generar actividad y así mismo interacción de forma progresiva
- 4 → el viceministerio de turismo manifiesta que todas las piezas deben registrarse bajo una normatividad que protege el interés del consumidor y la confiabilidad de la empresa
- 5 → los community manager manifiestan que es importante capacitarse y tener un conocimiento básico en el tema de uso de redes sociales y digitales





FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



7. CRONOGRAMA

Cronograma



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																			
FASE	ACTIVIDADES	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
ESTUDIO	presentacion y reunion de inicio				X														
DIAGNOSTICO	diagnostico				X	X													
PLANEACION	diseño de plan de comunicaciones y estrategias					X					X					X			
	planificación de actividades para el mes					X					X					X			
	programacion capacitaciones				X	X													
EJECUCION	realizacion de actividades						X	X	X		X	X	X		X	X	X		
	evaluacion de impacto				X				X				X				X		
	diseño e implementación de nuevos estrategias				X								X						
	diseño, creación, impulso y apoyo en comunicaciones					X	X	X		X	X	X		X	X	X			

8. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICA

META	NUMERO	AVANCE	IMPLEMENTACION
Plantillas graficas	10	6	60%
Plantillas audiovisuales	10	4	40%
capitaciones	6	3	50%
Modelo difusión	3	0	0%
TOTAL, IMPLEMENTADO	37,5%		



CAPITULO 2. (SEGUNDA ENTREGA)

9. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y FUNCIONES DESARROLLADAS POR EL PRACTICANTE.

1. Apoyo área de diseño y Comunicaciones: brindar asistencia y soporte en el área de diseño y comunicaciones.
 2. Diseño de plan de comunicaciones: Esta función se enfoca en la creación y desarrollo de un plan de comunicaciones detallado y efectivo para un proyecto, empresa o producto.
 3. Creación de contenidos audiovisuales: Crear material audio visual y grafico para promocionar.
 4. Impulso de redes sociales: Generar estrategias para la promoción y visibilizarían de las redes sociales de forma orgánica
-



10. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO





11. PLAN DE MEJORAMIENTO

FUNCIONES	ACTIVIDADES	METAS
Apoyo área de diseño y Comunicaciones	-Capacitación de manejo de plataforma canva. Capacitación de -creación de videos cap. cut -Capacitación de manejo adds	Seis capacitaciones en conjunto con el equipo de diseño, con el objetivo de mejorar el uso y aprovechamiento de las herramientas de diseño y manejo de redes sociales
Diseño de plan de comunicaciones	-Crear parrilla de contenidos -Crear cronogramas	Un plan de comunicaciones estructurado
Creación de contenidos audiovisuales	-diseñar plantilla para contenido grafico en plataformas de fácil acceso y manejo(canva) - diseñar plantillas para contenido audiovisual de excelente calidad y fácil uso	Diez plantillas graficas totalmente editables diseñadas para impulsar la creación y desarrollo de contenido para redes sociales (con ellas se podrán crear publicaciones atractivas de manera sencilla y rápida) Diez plantillas audiovisuales totalmente editables diseñadas para impulsar la creación y desarrollo de contenido para redes sociales (con ellas se podrán crear publicaciones atractivas de manera sencilla y rápida)
Impulso de redes sociales	-implementar modelo de difusión para Instagram - implementar un modelo de difusión para Facebook	Tres modelos de difusión para mejorar la promoción e imagen de la empresa

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”	
---	--	---

FUNCIONES	ACTIVIDADES	METAS
	implementar modelo de difusión whatsapp bussines	

12. PRODUCTOS COMO RESULTADO DE LOS APORTES QUE EL PRACTICANTE

Haya realizado parcialmente en el *Mejoramiento de los procesos de acuerdo a la empresa*



OFERTUR
Incluye

- TIQUETES
- ALIMENTACION
- ALOJAMIENTO
- TRASLADOS
- ASISTENCIA MEDICA
- ACTIVIDADES

visitas Santo Domingo o isla Saona

TARIFA VALIDA PARA LOS MESES DE MAYO Y SEPTIEMBRE APLICAN TERMINOS Y CONDICIONES. TARIFA NIÑO 80% DE LA TARIFA. SUJETO A LA DISPONIBILIDAD.

MAS INFORMACION
316-289-2732 / 321-408-1313 /
316-876-6382 / 316-668-7131 /
317-389-0308

Plan por persona desde \$4'490.000



OFERTUR
3en1

INCLUIE:

- TIQUETES
- ALIMENTACION
- ALOJAMIENTO
- TRASLADOS
- ASISTENCIA MEDICA
- ACTIVIDADES

Desde \$4.990.000 Por persona

APLICAN TERMINOS Y CONDICIONES

MAS INFORMACION
316-289-2732 / 321-408-1313 /
316-876-6382 / 316-668-7131 /
317-389-0308 /
CCL 18 #12-20 LOCAL 2 GUANABANA-META



VIVE CUBA

INCLUIE

- TIQUETES
- ACTIVIDADES
- ALOJAMIENTO
- TRASLADOS
- ASISTENCIA MEDICA

LA TARIFA APLICA PARA TEMPORADA CALA APLICAR TERMINOS Y CONDICIONES

PLAN POR PERSONA DESDE \$4'590.000

MAS INFORMACION
316-289-2732 / 321-408-1313 /
316-876-6382 / 316-668-7131 /
317-389-0308

LA HABANA
VARADERO



CARTAGENA

INCLUIE

- TIQUETES
- ALIMENTACION
- ALOJAMIENTO
- TRASLADOS
- ASISTENCIA MEDICA
- ACTIVIDADES

TARIFA VALIDA PARA TEMPORADA CALA APLICAR TERMINOS Y CONDICIONES

3 NOCHES 4 DIAS
DESDE \$2.499.000
POR PAREJA

MAS INFORMACION
316-289-2732 / 321-408-1313 /
316-876-6382 / 316-668-7131 /
317-389-0308 /
CCL 18 #12-20 LOCAL 2 GUANABANA-META



FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



RIVIERA MAYA

TICKETES ALIMENTACION
ALOJAMIENTO TRASLADOS
ASISTENCIA MEDICA ACTIVIDADES

INCLUYE

CANCUN

Desde **\$4'290.000**

TARIFA VALIDA PARA LOS MESES DE MAYO Y SEPTIEMBRE. APLICAN TERMINOS Y CONDICIONES. TARIFA MÍNIMO 80% DE LA TARIFA. SUJETO A LA DISPONIBILIDAD.

MÁS INFORMACIÓN
316-299-2732 / 321-408-1313
316-878-6382 / 315-986-7131
/ 317-308-0308 /
CEL. 9910-581001-1000000-9910

OFERTUR
Magisterio de Turismo



1



2



3



4

12:57

Age Ofertur · 22 de mar

Visítanos. Calle 19 # 13-39 local 2, Granada Meta. Cel 3162992732

VISÍTANOS

316-299-2732
Calle 19 # 13-39 local 2

1 comentario · 4 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

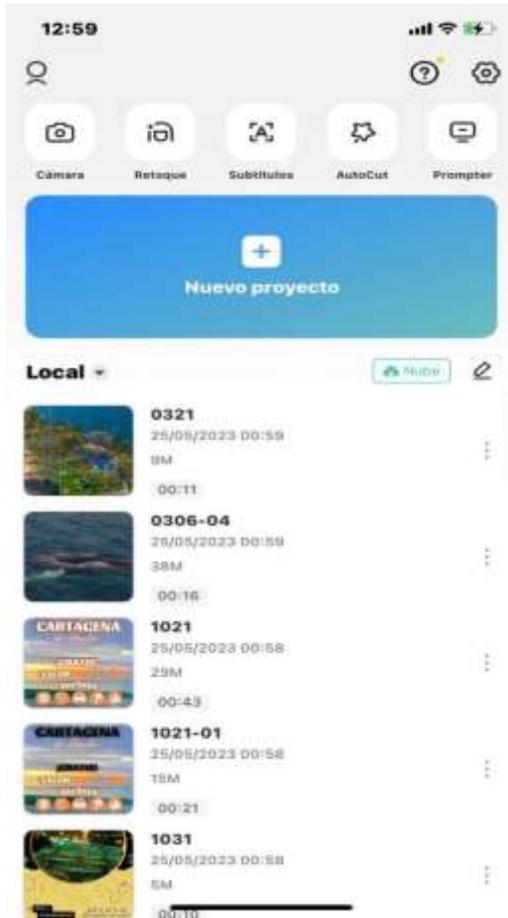
1080P

00:01 / 00:35

Editar · Audio · Texto · Subtítulos · Etiquetas · Relación · Fotos



FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"





FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



13. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRÁCTICA:

META	NUMERO	AVANCE	IMPLEMENTACION
Plantillas graficas	10	10	100%
Plantillas audiovisuales	10	7	70%
capacitaciones	6	6	100%
Modelo difusión	3	2	66,6%
TOTAL, IMPLEMENTADO	84,14%		



CAPITULO 3. (TERCERA ENTREGA)

14. APORTES Y SUGERENCIAS REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA.

Acciones realizadas

- Capacitaciones para el aprovechamiento de plataformas digitales para la creación de publicaciones
- Plantillas para creación de contenido gráfico y audio visual
- Adaptar el plan estratégico de acuerdo a las necesidades que requiera la empresa
- Capacitación en aprovechamiento de las herramientas
- Optimización de tiempo en creación de contenidos

15. NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA

LEY O NORMA	CONTENIDO
<i>Numeral y nombre completo</i>	Precisión de los aportes y/o precisiones para la acción en las instituciones y/o de la acción profesional
<i>Ley 2068 del 2020</i>	Ley de turismo
<i>Ley 1074 de 2015.</i>	Términos y condiciones turismo

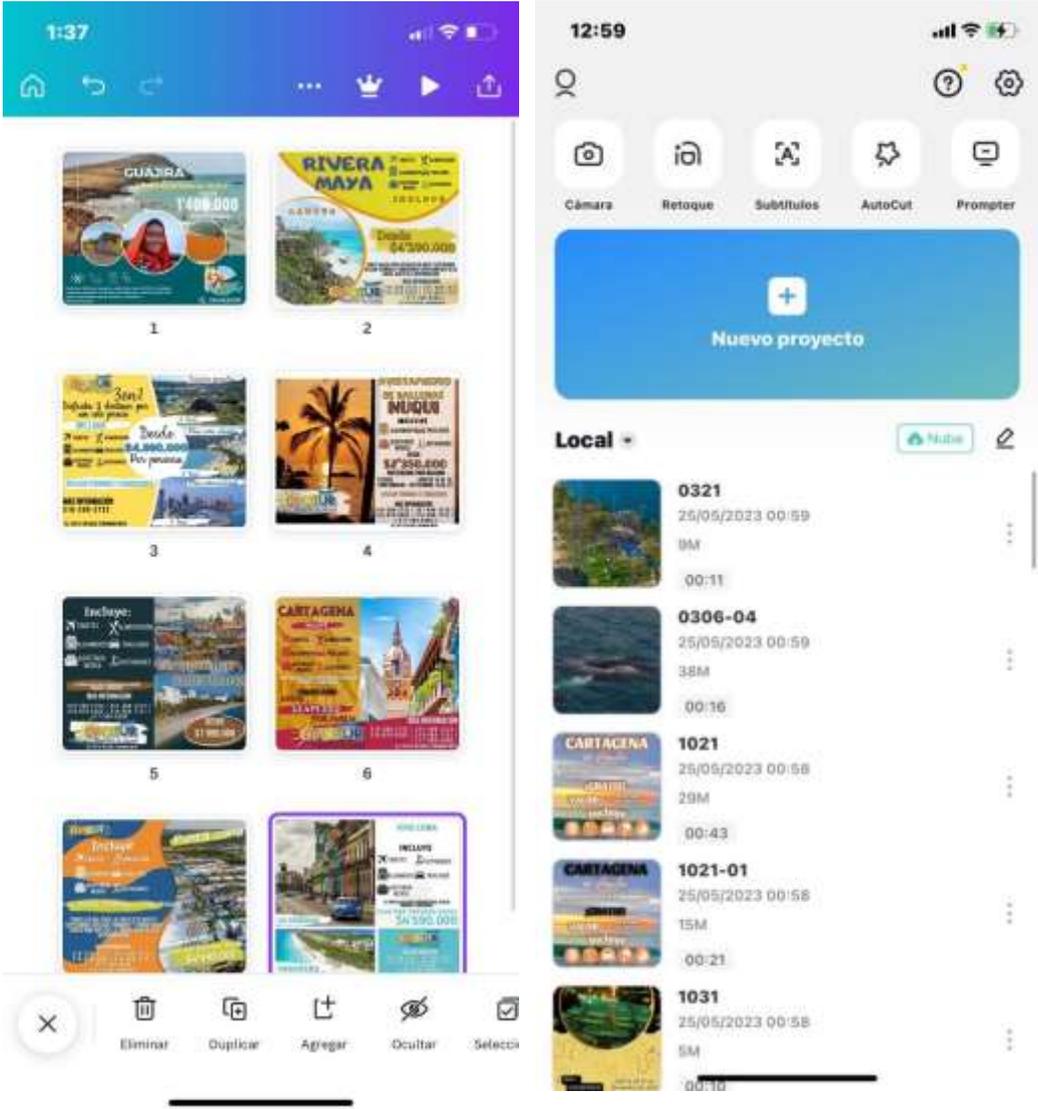


16. PLAN DE MEJORAMIENTO

11. PLAN DE MEJORAMIENTO AGENCIA DE VIAJES OFERTUT							
PRACTICANTE AREA DE DISEÑO (COMUNICACIONES)							
Acciones A mejorar	Funciones	Responsables a cargo	Recursos Necesarios	Método de Monitoreo	Fechas	Meta	Porcentaje De avance
Fortalecer la realización de piezas graficas con poco contenido, más dinámica y que por lo mismo sea más participativa.	1. Apoyo área de diseño y comunicaciones. 2. Diseño de plan de comunicaciones. 3. Creación de contenidos audiovisuales. 4. Impulso de redes sociales.	Gerente Área de diseño	Canva Cap. cut Ilustrador Sony vega	Revisión semanal de contenidos Publicación en redes Y revisión de cronogramas	18 febrero o20 mayo	Plantillas graficas Plantillas audiovisuales Capacitaciones Modelo de difusión.	84,14 %

Fuente: elaboración propia.

17. PRODUCTO COMO RESULTADO



13.

14.

PLANTILLAS EDITABLES



18. EVIDENCIA DE LA EJECUCION TOTAL DE LA PRÁCTICA Y DESCRIPCION DE VALOR

TOTAL, IMPLEMENTADO	84,14%
----------------------------	--------

19. CONCLUSIONES

En conclusión, el informe de comunicaciones demuestra que la implementación de una algunas funciones que ha sido fundamental para fortalecer la presencia de la agencia de viajes en el mercado y aumentar la visibilidad. A través de la diversificación de canales de comunicación, la creación de contenido de calidad y la segmentación adecuada de nuestro público objetivo, con esto hemos logrado adaptar una estrategia y brindado herramientas para el fortalecimiento y que así se siga trabajando en el mejoramiento constante de la estrategia de comunicaciones para seguir superando las expectativas de nuestros clientes y mantenernos a la vanguardia del sector de la industria de viajes.



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



REFERENCIAS

https://colombiasigueadelante.mincit.gov.co/colombia_sigue_adelante/media/archivos/pdf/ABECE-febrero-2021-Ley-de-Turismo.pdf

[La nueva Ley de Turismo, Ley 2068 de 2020, fue sancionada por el presidente Duque | MINCIT -](#)

[Ministerio de Comercio, Industria y Turismo](#)

[Normograma del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones \[DECRETO 1789 2021\] \(mintic.gov.co\)](#)
