



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA**

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Turismo

**PRÁCTICAS PROFESIONALES: PRIMER  
ACERCAMIENTO A LA EXPERIENCIA LABORAL**

Alumno:

Baulde, Valentino

Leg. 95475/5

valentinobaulde@gmail.com

Coordinación Académica:

Lic. Luciana Renzella

Organización vinculada:

AERO SRL

Calle 528 bis 652, Tolosa, Argentina

Abril, 2024

### **AGRADECIMIENTOS**

*Quiero agradecer de corazón a mis padres, hermanos, amigos de la infancia, compañeros de la facultad, y a todas aquellas personas que contribuyeron de alguna manera al desarrollo de este trabajo. Su apoyo y motivación han sido fundamentales durante este proceso.*

*Estoy orgulloso de concluir esta hermosa etapa que me formó como persona, y muy emocionado por los desafíos que vendrán.*

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	4
OBJETIVOS .....	5
Objetivos de reflexión.....	5
Objetivos de aprendizaje .....	5
DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....	6
Misión .....	6
Visión .....	7
Valores .....	7
Cultura .....	7
Empresa B.....	7
Alianzas, colaboraciones e iniciativas .....	8
Departamentos.....	9
DESCRIPCIÓN DEL CARGO .....	10
Misión del área de Producto .....	11
Objetivos del área de Producto .....	12
Verticales del área de Producto.....	12
Partners oficiales de Aero.....	13
Etapas del producto.....	13
DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS.....	14
Objetivo del puesto de Cargas.....	14
DESARROLLO TEÓRICO .....	15
Producto turístico .....	16
Gestión de la demanda.....	17
Operaciones y logística .....	18
Aspectos legales y éticos .....	18
ANÁLISIS CRÍTICO.....	19
CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS .....	22
Logros y aprendizajes .....	23
Alineación con los objetivos de aprendizaje y reflexión .....	24
Contribución al crecimiento en habilidades, conocimientos y actitudes .....	24
Relevancia para el futuro laboral.....	25
Recomendaciones.....	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	26

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo es uno de los pilares fundamentales en la economía global a partir de la generación de empleo, impulsando el desarrollo local y promoviendo la interculturalidad (Rivera y Rodríguez, 2012). Dentro de esta actividad, las agencias de viajes juegan un papel fundamental al presentarse como intermediario entre el turista y el servicio que se desea contratar.

El presente trabajo analiza la experiencia obtenida por el estudiante a partir del desarrollo de una Práctica Profesional Supervisada (de ahora en más, PPS) en una agencia de viajes. Aquí se exploran los múltiples aspectos que fueron configurando esta experiencia laboral, así como también las responsabilidades y los desafíos enfrentados.

A través de este análisis, se estudiaron tanto las tareas realizadas como las habilidades profesionales y personales desarrolladas. Llevar a cabo una práctica en una agencia de viajes supone una oportunidad única para cualquier estudiante de adentrarse en el mundo laboral del turismo.

A lo largo de este trabajo se estudiará:

- La importancia de la PPS en la formación profesional del estudiante.
- La descripción de la organización y del puesto de trabajo, detallando tareas y responsabilidades.
- La aplicación práctica de los conocimientos estudiados en la carrera.
- Las metodologías y herramientas utilizadas durante la PPS.
- Los aprendizajes y las reflexiones obtenidas a partir de los desafíos enfrentados.
- Las conclusiones y recomendaciones sobre el desarrollo de la práctica.

La experiencia de realizar una PPS es una oportunidad muy valiosa que tiene el estudiante de aplicar todos los conocimientos aprendidos en la carrera y de adquirir nuevas herramientas para ser utilizadas en su futuro como profesional. Llevar a cabo este tipo de prácticas sirve como base para que el estudiante pueda discernir en qué ramas de la actividad turística quiere desarrollarse profesionalmente como licenciado.

El objetivo principal del Trabajo Final de Prácticas es aportar una mirada crítica al área de trabajo mediante los conocimientos, técnicas y habilidades adquiridas durante la carrera, así como también enriquecer la formación académica a través de la experiencia laboral.

Para ello, se desarrollará la capacidad de generar alternativas y propuestas de solución frente a los problemas, se reforzará los conceptos vistos en la carrera, se identificarán

fortalezas, oportunidades y debilidades dentro del área de trabajo, se incorporarán nuevos conocimientos y herramientas para el futuro, y se familiarizará con el ambiente laboral a partir de la incorporación temporal a la organización.

En resumen, este trabajo ofrece una visión detallada y reflexiva sobre la experiencia obtenida por la PPS, destacando su contribución significativa al desarrollo profesional y personal del estudiante. Es necesario que la carrera esté en contacto directo con organizaciones turísticas para establecer vínculos más fuertes y comprender qué sistemas utilizan, cómo trabajan y qué tareas realizan, para luego incluirlas en los programas de las materias, y así brindarles a los alumnos una comprensión más profunda sobre el funcionamiento de estas organizaciones.

## **OBJETIVOS**

A continuación, se desarrollarán los objetivos de reflexión y los objetivos de aprendizaje del Trabajo Final de Práctica (TFP) y en relación a la Práctica Profesional Supervisada realizada en la agencia de viajes Aero SRL.

### **Objetivos de reflexión**

Denominaremos objetivos de reflexión a aquellos que describen la puesta en práctica de los conocimientos teóricos estudiados en la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de La Plata. Estos son:

- Reflexionar sobre la aplicación práctica de los conceptos teóricos vistos en clase.
- Evaluar la importancia de la PPS en la formación académica y profesional del estudiante.
- Identificar los desafíos y las oportunidades presentadas durante el desarrollo de la PPS.

Es importante llevar a cabo una reflexión sobre la experiencia obtenida a través de la práctica profesional debido a que permite una valoración de la misma, fundando una crítica constructiva y estableciendo conclusiones que ayuden a comprender el impacto que tiene la PPS sobre los estudiantes de la carrera.

### **Objetivos de aprendizaje**

Los objetivos de aprendizaje nos ayudarán a establecer la manera en la que el estudiante integre en la PPS todos los conocimientos y habilidades adquiridas en la carrera y en la práctica pre profesional. Para ello, contará con una serie de recursos y tiempo disponible que se detallarán más adelante.

En este sentido, identificamos a los objetivos de aprendizaje como aquellos que el estudiante espera lograr mediante el desarrollo del TFP. Estos son:

- Adquirir nuevos conocimientos prácticos relacionados a la gestión de una agencia de viajes.

- Desarrollar competencias específicas en el área de Producto Terrestre dentro del Departamento de Tours Internacional.
- Familiarizarse con la dinámica operativa de una agencia de viajes mayorista.
- Enumerar las habilidades prácticas que se esperan adquirir durante la PPS.
- Definir una técnica de medición de logros para medir el progreso de los mismos.
- Identificar las áreas específicas en las que se aplicarán los conocimientos teóricos estudiados en la carrera.
- Evaluar cómo la PPS contribuye a una comprensión más profunda de los conceptos vistos en clase.

## DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La Práctica Profesional Supervisada realizada por el estudiante se desarrolló en la oficina de operaciones de Aero SRL (de ahora en más, Aero) con sede en calle 528 bis N° 652, Tolosa, Argentina. Aquí, se integró el equipo de Cargas dentro del área de Producto perteneciente al Departamento de Tours Internacional.

Esta es una organización sólida y confiable dedicada al diseño y comercialización de viajes, con más de 50 años de trayectoria dentro de la actividad turística en Argentina. Está consolidada como una de las mayores Operadoras Mayoristas de Turismo a nivel provincial y nacional de acuerdo al ranking IATA y a los resultados de los principales proveedores de la agencia.

Según este ranking, en los últimos años la empresa se ha consolidado como uno de los 5 Tour Operadores más importantes y de mayor facturación de Argentina, recibiendo más de 400 reservas diarias, 120 mil pasajeros potenciales por día, y trabajando con más de 600 agencias minoristas en todo el país.

Aero posee oficinas en la ciudad de La Plata (sede administrativa), Tolosa (sede operativa) y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A su vez, cuenta con representantes comerciales en el interior de la Provincia de Buenos Aires, en Mar del Plata, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Cuyo y Neuquén.

El equipo está conformado por más de 150 profesionales dedicados al turismo, la tecnología, el marketing, el diseño, el capital humano y las finanzas. Cada uno de ellos trabaja cada día para ofrecerle al cliente las mejores propuestas turísticas y financieras, la más eficiente promoción, la última tecnología y el mejor soporte profesional para que puedan vender más y mejor. Así como también, crear la mejor experiencia para la agencia minorista, y sus pasajeros antes, durante y después de cada viaje.

### Misión

La misión de Aero es ser una organización comercializadora de servicios de viajes líder, sólida y perdurable. Lo mencionado muestra el propósito de la organización, y describe

por qué existe y qué quiere lograr, como una guía para tomar decisiones y establecer metas y objetivos a corto y largo plazo.

### **Visión**

La visión de la empresa se centra en ofrecer a las personas, tanto dentro y fuera de la organización, una respuesta que exceda sus expectativas para que los sigan eligiendo. Procurando disfrutar de la tarea y elevar la calidad de los vínculos orientados hacia el cumplimiento de las metas corporativas.

### **Valores**

Los valores de una organización son los principios éticos que definen su identidad y guían sus decisiones, comportamientos y cultura. Sirven como modelo de conducta para sus empleados, y como referente de identificación para un público objetivo.

Siguiendo esta línea, los valores de Aero como organización son:

- Creatividad como búsqueda permanente.
- Proactividad para actuar por iniciativa propia.
- Calidad de servicio.
- Calidad de vida.
- Compromiso con los compañeros, clientes y proveedores.
- Flexibilidad para adaptarse rápidamente a los cambios.
- Responsabilidad en las decisiones.
- Sentido común para comprender el contexto y actuar en consecuencia.
- Empatía para encuadrar las relaciones.
- Tenacidad para superar los obstáculos.

### **Cultura**

La cultura organizacional se centra en promover la flexibilidad con compromiso, la libertad con responsabilidad, el respeto por el otro, el buen trato, la búsqueda de justicia y el aprendizaje constante. Estar atentos a la calidad de vida de las personas que conforman la organización y fomentar un ámbito de relación abierto, cálido y dinámico donde prevalece la buena fe.

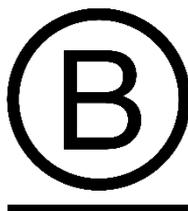
### **Empresa B**

Aero posee Certificación Internacional de Sistema B, esto significa que realiza la actividad cumpliendo con los más altos estándares en cuanto a impacto social y ambiental.

Es parte de una comunidad de más de 3.700 empresas en el mundo que buscan sumar soluciones a distintas problemáticas sociales y ambientales que pueden involucrar a sus colaboradores, proveedores y/o clientes.

Las Empresas B utilizan la fuerza de los negocios para desarrollar una economía más equitativa, inclusiva y sustentable. Cada día reafirma el compromiso de tomar decisiones pensando en el triple impacto, valorando por igual el aspecto económico, social y ambiental de largo plazo, poniendo este propósito en el centro de la tarea.

## Sistema



### **Alianzas, colaboraciones e iniciativas**

La empresa se compromete a participar de diferentes alianzas, colaboraciones e iniciativas destinadas a generar un impacto positivo más allá de los límites comerciales. Desde asociaciones con organizaciones sin fines de lucro hasta programas de voluntariado y proyectos de desarrollo comunitario, Aero es partícipe de numerosas acciones que se detallan a continuación.

- **Vuela Neutral:** es una alianza de Aero con Latam Airlines para mitigar el impacto de la huella de carbono generada por los vuelos. Apunta a la preservación de ecosistemas icónicos en Sudamérica.
- **Una reserva, un árbol:** junto a Reforest y a otros partners, se realiza una donación económica y material para promover las plantaciones de árboles en distintos puntos del país.
- **Fundación Ludovica:** colaboración con el programa Impulso Ambiental de dicha fundación, mediante la recuperación de papel que luego vuelve al circuito productivo. Lo recaudado en su reutilización se destina al Hospital de Niños de la Ciudad de La Plata.
- **Asociación Civil Lumen Artis:** se colabora con su causa para promover una mayor integración cultural y social de la región.
- **Asociación Civil NUBA:** colaboración para facilitar la empleabilidad de las personas con discapacidad, brindando cursos, acompañamientos, facilitando herramientas y entrenamientos para la búsqueda de empleo.
- **Merendero Sueños Compartidos:** colaboración en términos económicos, materiales y horas de voluntariado en el merendero ubicado en Tolosa.

- Energía Renovable: la empresa cuenta con un sistema de paneles solares en la oficina de operaciones con el fin de autogenerar la mayor parte de la energía eléctrica consumida.
- Fundación Empujar: la organización es sede de la fundación a través de la cual se colabora en la capacitación y formación de jóvenes de bajos recursos en pos de facilitar su empleabilidad.



## Departamentos

Actualmente, Aero cuenta con cinco departamentos, estos son:

- Tickets: departamento de reservas y emisión de tickets nacionales e internacionales.
- Tours Internacional: departamento de servicios terrestres internacionales.
- Tours Argentina: departamento de servicios terrestres en Argentina.
- Cruceros: departamento exclusivo de cruceros.
- Unique: departamento de viajes especiales que asesora de forma personalizada a las agencias y a sus pasajeros que requieran de una atención especial, ya sea porque se trata de un destino exótico, porque es un pasajero VIP, porque quiere detalles especiales, porque es un grupo o porque requiere la organización de una boda.

Por su parte, el departamento de servicios terrestres internacionales, donde se realizó la PPS, trabaja con los principales operadores turísticos internacionales y cadenas hoteleras. Esto permite ofrecer productos y servicios de excelente calidad y con valores muy competitivos en destinos como Estados Unidos, México, Cuba, República Dominicana, Perú, Brasil, Europa, Asia y Oceanía.

Por otra parte, Aero es un operador mayorista multidestino y consolidador aéreo, esto lo ubica en el medio de la cadena de comercialización turística. Es decir, tiene contacto con agencias minoristas, hoteles, brokers (intermediarios entre proveedores y

distribuidores), prestadores de servicios como traslados y excursiones, operadores de circuitos, compañías aéreas, entre otros.

Poder tener contacto con tantos actores importantes en esa cadena amplía y potencia la posibilidad a futuro de abrir nuevos caminos en el rubro del turismo.

## DESCRIPCIÓN DEL CARGO

En todas las empresas, cada puesto de trabajo desempeña un papel importante en el funcionamiento general y el éxito de la misma. En este capítulo, se realizará una descripción detallada del rol del estudiante dentro de Aero durante el periodo de práctica y se analizarán las responsabilidades específicas y las habilidades requeridas para el puesto.

Las responsabilidades del puesto se centran en la carga, mantenimiento y actualización de tarifas, dar soporte a otras áreas, y garantizar el correcto funcionamiento del backend. El backend de un sitio web se refiere a la parte que no es visible para los usuarios finales, pero que es fundamental para el funcionamiento del equipo. En este sistema se cargan las tarifas, crean servicios, dan de alta prestadores y realizan paros de ventas.

Por otro lado, las habilidades del mismo se basan en tener conocimiento sobre el uso del cotizador Abm Terrestre, ser organizado para gestionar grandes cantidades de información, ser cauteloso para evitar errores en la carga de tarifas y otros datos, tener habilidades de comunicación para colaborar con otros departamentos, poseer la capacidad de trabajar en equipo y bajo presión para cumplir con los plazos de carga y actualización de la información.

Si bien, algunas de las habilidades requeridas son obtenidas durante la práctica como el manejo del cotizador, otras son desarrolladas durante la carrera como la comunicación, el trabajo en equipo y la organización. Este análisis permitirá apreciar el valor del rol desempeñado por el estudiante y su contribución al logro de los objetivos del TFP y de la empresa.

El puesto en el que se desempeñó el estudiante fue Cargas, dentro del área de Producto, perteneciente al Departamento de Tours Internacional, y sus tareas fueron supervisadas por el Coordinador de Producto. Este puesto posee una carga horaria de 4 horas diarias de lunes a viernes, es decir, 20 horas semanales, con modalidad presencial.

El trabajo consiste en la carga de tarifas en el backend de la web, en la modificación de las mismas junto a sus respectivos vencimientos, en la carga de paros de ventas de hotelería, en dar de alta prestadores de servicios y en dar soporte de cargas y promociones a otras áreas de la empresa.

Para llevar a cabo estas funciones es necesario contar con diferentes destrezas individuales como la comunicación, la capacidad de razonamiento ante situaciones que puedan derivar en más de una respuesta, y en la comprensión de diversos sistemas informáticos utilizados para realizar las tareas correspondientes.

En cuanto a actitudes, es necesario ser flexible y comprensivo cuando un colega de otra área tiene una consulta sobre cierto producto o servicio terrestre cargado, ya que es entendible que existan tareas y/o conceptos de los cuales las otras áreas no tengan conocimiento.

Si hablamos de aspectos positivos que prevalecen en el puesto de trabajo y en la empresa en general, estos son la comunicación y la transparencia entre las distintas áreas, todas se necesitan entre sí, y al estar todas en una misma oficina se logra fácilmente, junto al respeto y la amabilidad de las personas.

A lo anterior, se le suma el cuidado que se debe tener a la hora de cargar las tarifas y promociones en el backend de la web ya que estas se verán reflejadas instantáneamente y en caso de cometer algún error podrían generar alguna pérdida económica en el sector.

Algunos de los desafíos que afectan al óptimo desarrollo de las tareas son de origen ajeno a la empresa. Por ejemplo, cada operador tiene su propia forma de enviar tarifas de contratos y promociones con un formato determinado, y eso hace que se deba aprender a interpretar cada uno de ellos por separado ya que la manera de cargar dichas tarifas varía según el operador. Si bien cada año más y más hoteles se unen a un canal de integración, el cual hace que no se deba cargar de forma manual, aún siguen existiendo otros hoteles en los que se necesitan cargar manualmente las tarifas.

Para ello es necesario contar con un sistema adecuado para obtener una mayor rapidez y eficiencia a la hora de cargar tarifarios, promociones y paros de ventas. Teniendo en cuenta que es una tarea de suma importancia en el proceso de venta, estos pequeños cambios en la funcionalidad del sistema permitirían un mejor desempeño del personal en las tareas.

Por otro lado, con respecto a las herramientas de trabajo, hay que destacar que el sistema de cotización Abm Terrestre requiere de pequeñas mejoras como la optimización del rendimiento, haciendo que un error en la carga no haga comenzar la misma desde cero; o establecer más filtros de búsqueda a medida que el sitio web crece y recibe más tráfico de datos. También se podrían eliminar o mudar de almacenamiento aquellos datos obsoletos o no utilizados para evitar acumulación de información innecesaria.

A pesar de esto, a nivel general se encuentra muy bien preparado para que el usuario obtenga una interfaz sencilla y fácil de comprender, evitando que se cometan demasiados errores por una mala interpretación del sistema.

### **Misión del área de Producto**

El área de Producto tiene la misión de ser un equipo proactivo y comprometido con el asesoramiento y respaldo para brindar, mediante los conocimientos y recursos, apoyo integral al resto de tours y mejorar la ejecución de tareas diarias como ventas, operaciones, resolución de problemas en destinos y gestión de pagos. Para lograr esto, se requiere adoptar dos enfoques:

El primer enfoque se basa en una faceta comercial externa, donde se debe mantener una sólida relación con los proveedores y ser el principal punto de contacto con los socios comerciales. Esto implica asegurar acuerdos que fortalezcan la posición de la empresa como un operador líder en el mercado. En colaboración con el área de Marketing, buscar constantemente formas de diferenciarse en cuanto a estrategias promocionales, reconociendo que los productos son similares para todos.

El segundo enfoque trata de una faceta de soporte interno, manteniendo una comunicación fluida con todas las áreas internas, incluyendo Ventas, Marketing, Operaciones, Promoción y Administración. Actuar como un respaldo para el equipo, con el objetivo de elevar el nivel de servicio y marcar diferencia en la experiencia del cliente. Buscar continuamente mejorar los procesos de ventas para aumentar la rentabilidad y eficiencia, así como fomentar la capacitación para desarrollar recursos más competentes.

### **Objetivos del área de Producto**

Los objetivos del área de Producto son los siguientes:

- Mejorar la calidad y cantidad del contenido en la web.
- Mejorar la rentabilidad en cada producto y servicio ofrecido.
- Ser respaldo y soporte de otras áreas de Aero.
- Buscar continuamente la mejora en el proceso de venta.
- Ser un equipo generador de nuevas ideas y maneras de vender.
- Negociar y dar seguimiento a incentivos.
- Benchmarking por producto.
- Mantener fluida comunicación con las distintas áreas de la empresa.

### **Verticales del área de Producto**

El área de producto posee seis subáreas denominadas verticales, las cuales cada una de ellas tiene una persona a cargo de su coordinación. Estas verticales son:

- Argentina, Chile y Uruguay.
- Caribe, Brasil y América (incluye Latinoamérica exceptuando Argentina, Chile y Uruguay).
- Estados Unidos y Canadá.
- Europa y Exóticos.
- Cruceros.
- Cargas.

## Partners oficiales de Aero

Aero dispone de una serie de alianzas estratégicas con diferentes operadores turísticos con el fin de potenciar mutuamente sus ventas y así generar un vínculo de confianza para futuras acciones. Algunos de los partners más importantes son:



## Etapas del producto

En este momento, identificaremos y detallaremos las distintas etapas del producto turístico, desde el descubrimiento hasta la renegociación. Estas etapas son:



- Descubrimiento: ¿Qué vender? Se tiene en cuenta tendencias, modas, demanda (interna y externa), necesidades y aspiraciones. Se trabaja en conjunto con las áreas de Promoción, Ventas y Comercial.
- Negociación: ¿Cómo vender? A partir de las características del producto, precio (neto y de venta), medios de pago, plazos de pago y firmas de contratos. Se trabaja en conjunto con el área de Administración.
- Puesta en marcha: ¿Cómo Vender? A partir de descargar en carpetas, de capacitaciones, carga offline o integración online, y de testeos. Se trabaja en conjunto con las áreas de Tecnología, Ventas y Operaciones.
- Seguimiento: ¿Cómo funciona? Se tiene en cuenta el relevo de números, propuestas de mejoras, benchmarking, y relevo de necesidades. Se trabaja en

conjunto con las áreas de Tecnología, Ventas, Operaciones, Promoción y Marketing.

- Re-negociación: ¿Cómo mejorar? A partir del armado de flyers, campañas (propias o del mercado), diseño de fam-tours e incentivos. Se trabaja en conjunto con las áreas de Marketing y Ventas.

## DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS

Cada puesto de trabajo en la empresa conlleva un conjunto único de responsabilidades y tareas que son fundamentales para el éxito individual y organizacional.

Las tareas realizadas por el estudiante en el puesto de Cargas dentro del área de Producto se dividen en tres grandes grupos: descarga y orden, carga y mantenimiento, y soporte.

La descarga se centra en recibir, mediante correo electrónico, las promociones, flyers, tarifarios y actualizaciones de los circuitos, traslados, excursiones y hoteles por parte de los operadores. Y luego, descargarlas y ordenarlas en un sistema de red compartida de carpetas disponibles para el acceso de las demás áreas que lo necesiten.

Por otro lado, la carga de producto utiliza esas descargas mencionadas anteriormente para incorporarlas, con sus respectivas tarifas y condiciones, al sistema de cotización Abm Terrestre y posteriormente se vean reflejadas correctamente en la página web de Aero. Esto con el fin de que las agencias minoristas puedan reservar los servicios mencionados a la tarifa reflejada. Esto denota el grado de responsabilidad del puesto.

Por último, el soporte consta de asesorar a las demás áreas ante dudas y consultas que pueden llegar a surgir sobre el cálculo de tarifas, condiciones de pasajeros, políticas de reservas o sobre el funcionamiento del sistema de cotización.

### Objetivo del puesto de Cargas

El puesto de Cargas tiene los siguientes objetivos a cumplir:

- Velar por mantener una buena calidad y cantidad de servicios disponibles en la web.
- Tener proactividad para incorporar aprendizajes.
- Mantener un contacto fluido con los responsables de las verticales.
- Que todo el equipo sepa cargar todos los servicios de todas las verticales.
- Mantener ordenado el backend con contratos y promociones para que sea un material de soporte para el equipo de Ventas y Operaciones.

Si bien el área de Producto no tiene contacto directo con los clientes, si lo tiene de forma constante con las demás áreas debido a que se les proporciona información de utilidad para las cotizaciones, liquidaciones, y para el armado de los flyers promocionales.

## DESARROLLO TEÓRICO

El presente Trabajo Final de Práctica estudiará los conocimientos teóricos fundamentales que el estudiante aplicó en la PPS, y cómo estos se integraron en un contexto laboral real, propiciando así una visión integral vinculadas a las habilidades requeridas en una agencia de viajes.

En la actualidad, el turismo se caracteriza por su dinamismo e innovación, lo que implica una constante revisión, actualización y profundización de los conocimientos necesarios para los profesionales en formación (del Toro y Jiménez, 2023).

Desde la experiencia, es importante para los estudiantes que no se limiten a adquirir teorías y técnicas, sino que también participen en experiencias prácticas que moldeen su futuro profesional y personal.

Para formar profesionales competentes y comprometidos con su carrera, es esencial que el sector empresarial participe activamente de estas prácticas. Debe existir un vínculo sólido entre las instituciones educativas y las organizaciones turísticas para garantizar una formación integral y efectiva (Montoya y Aguilar, 2013).

Según Heizer y Render (2009), la Calidad Total es un factor importante para la competitividad del sector. Esta Calidad Total depende en gran medida de la calificación y motivación del capital humano, su creatividad, habilidades y adaptación a nuevas tecnologías y procesos organizativos. Por lo tanto, la educación debe basarse en principios de calidad que respondan a las demandas del sector.

El Estado y las instituciones educativas desempeñan un papel importante en el sistema educativo turístico al incentivar la formación de profesionales en el sector. La inversión en educación conlleva a recursos humanos capacitados, lo que garantiza un desarrollo sostenible y competitivo a largo plazo (Lillo Bañuls, 2009).

Del Toro y Jiménez (2023) explican que la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica es un componente fundamental de la experiencia laboral. En el contexto de una empresa de turismo, donde la dinámica del mercado y las demandas de los clientes están en constante evolución, la capacidad de aplicar de manera efectiva los conocimientos teóricos es esencial para el éxito profesional.

Este apartado se centra en evaluar en detalle los conocimientos utilizados o que deberían utilizarse durante la PPS llevada a cabo en Aero. Se explorará cómo estos conocimientos contribuyen o podrían contribuir al desempeño efectivo en el entorno laboral, y cómo se relacionan con los objetivos de aprendizaje, establecidos con anterioridad, para el desarrollo de la práctica.

Desarrollar estos elementos sirve como puente entre la teoría estudiada en la carrera y su aplicación en el mundo laboral. Destacando la importancia de esta conexión para el desarrollo del estudiante, así como para el éxito general de la PPS. A través de ejemplos concretos, análisis detallados y reflexiones críticas, se revelarán cómo los conocimientos

teóricos se convierten en herramientas cruciales para el crecimiento y desarrollo del estudiante dentro del sector turístico.

### **Producto turístico**

El puesto de trabajo exige conocer y estudiar los productos y servicios ofrecidos, y comprender a qué segmento del mercado está dirigido. Esto tiene el objetivo de asesorar correctamente a otras áreas como Ventas, Operaciones o Promoción. Para ello, es necesario tener en cuenta diversos factores como la motivación del turista, el segmento del mercado al que pertenece, y las características económicas, sociales y ambientales de los productos y servicios.

- **Motivación del turista:** ante los cambios en el panorama económico que influye en el desarrollo de la actividad turística, también surgen ajustes en las preferencias y necesidades de los consumidores. Por lo tanto, es fundamental adoptar una mentalidad orientada al mercado, que implique comprender las características y motivaciones de los visitantes de un destino. Esta información es invaluable para la empresa, ya que permite diseñar estrategias y acciones con mayor efectividad (Cordente et al., 2013).
- **Segmento del mercado:** la segmentación del mercado turístico implica la división del mercado en grupos más pequeños y homogéneos de consumidores que comparten características similares. De esta manera, los individuos dentro de cada grupo tienden a tener comportamientos de compra y necesidades similares. Según Pérez y Herrera (2017), el propósito de la segmentación es que la empresa desarrolle estrategias comerciales específicas dirigidas a uno o varios de estos grupos de consumidores, lo que le permite adaptarse de manera más efectiva a las necesidades reales de los clientes y optimizar el uso de recursos.
- **Características de los productos y servicios ofrecidos:** conocer los productos y servicios ofrecidos en la empresa es fundamental para lograr la satisfacción del cliente al comprender sus necesidades y proporcionar información útil y precisa sobre el mismo; obtener ventas efectivas al resaltar sus características más importantes, identificar oportunidades de venta en distintos mercados, y diferenciarse de la competencia al ofrecer un valor único y personalizado (Morillo Moreno, 2011).

Todos estos factores fueron estudiados en las materias de Marketing Turístico y Psicología del Tiempo Libre y, en consecuencia, aplicados a las tareas realizadas en la PPS.

Este asesoramiento y soporte brindado tiene el fin de diseñar y ofrecer al cliente un servicio personalizado e ideal que cumpla con sus exigencias. Aquí debemos analizar variables como la motivación del viaje, sus necesidades emocionales, psicológicas y sociales, sus características demográficas y psicográficas, entre otras. No se le ofrece el mismo servicio a una familia tipo, que a un grupo de amigos o a una persona que viaja por trabajo.

Del mismo modo ocurre con los destinos ofrecidos. Para un mejor manejo de los productos y servicios ofrecidos por la empresa es necesario contar con una serie de conocimientos claves sobre los destinos, es decir, las actividades que allí se pueden realizar, la infraestructura disponible, los requisitos de entrada, etc. Esto tiene como objetivo diseñar y ofrecer paquetes turísticos más atractivos para el cliente.

Conocer y brindar este tipo de información permite establecer relaciones más significativas y duraderas con los clientes ofreciendo un servicio personalizado acorde a sus necesidades.

### **Gestión de la demanda**

En este punto, se estudiará la aplicación de los conceptos vistos en la carrera, en materias como Marketing Turístico y Economía del Turismo, vinculados a las estrategias y políticas de ventas, y al marketing. Estos conceptos sirvieron para lograr atraer nuevos clientes y/o aumentar el volumen de ventas en destinos específicos que así lo requerían.

Un ejemplo de aplicación de estos conceptos en el desarrollo de las tareas de la PPS, fue la estrategia de bajar el porcentaje de comisión que percibe Aero por un producto o servicio particular, con el objetivo de posicionarse más barato que la competencia y acrecentar el número de potenciales clientes. Esto se pudo permitir en los siguientes casos:

- a) En donde en el mismo destino existía otro proveedor con el cual se estaba obteniendo una rentabilidad mayor a la esperada, lo que funcionó como respaldo para poder bajar la comisión percibida por las ventas del primer operador sin reducir la rentabilidad total, y así atraer nuevos clientes.
- b) En donde el volumen de ventas en la región fue tan grande que se pudo permitir perder un poco de comisión a cambio de ganar mayor número de potenciales clientes, y así compensar e incluso hasta obtener una mayor rentabilidad.

Otro ejemplo práctico es lo inverso al ejemplo anterior. En algunos casos se aumentó el porcentaje de comisión percibida por un producto o servicio con el fin de rentabilizar el mismo. Por ejemplo, si se ofrece un traslado del punto A al punto B, y otro traslado del punto A al punto C, con la condición de que A está más cerca de B que de C, entonces no se encuentra factible que ambos traslados tengan la misma tarifa. Pero como las tarifas se deben cumplir por contrato entre Aero y el proveedor, si el proveedor establece las mismas tarifas para ambos traslados, estas se deben respetar. Por lo que la única solución en estos casos, era aumentar la comisión obtenida para el traslado del punto A al punto C, y así obtener una mayor rentabilidad por el servicio ofrecido.

Estos ejemplos en los cuales se toma la decisión de aumentar o disminuir la comisión percibida por la venta de un servicio se vinculan con las estrategias de ventas y marketing debido a que dicha decisión va a depender de varios factores como los objetivos de venta, las diferentes temporadas y su demanda, la competencia y el tipo de producto o destino.

En términos generales, si la empresa desea tener más ventas, o si el destino atraviesa temporada baja, es recomendable disminuir la comisión percibida para incentivar a vender más y no perder rentabilidad. Por otro lado, si los proveedores aumentan la comisión que ellos perciben, o el servicio tiene un margen de beneficio más alto que otros, es una buena opción aumentar la comisión percibida por dicho servicio.

### **Operaciones y logística**

Los conocimientos aplicados vinculados a la logística de viajes se basaron en la planificación y coordinación eficiente de todos los elementos de un viaje, desde el transporte hasta el alojamiento y las actividades a realizar en destino, considerando las preferencias del cliente y gestionando posibles imprevistos. La coordinación con los proveedores y la colaboración interdepartamental fue esencial para garantizar una oferta turística integral. Estos conceptos fueron estudiados en la materia de Legislación Turística al momento de elaborar itinerarios y vouchers de simulación.

Estos simulacros permitían lograr una mayor precisión y calidad del servicio, revisando y perfeccionando los detalles del itinerario. Así como también, identificar posibles problemas o inconvenientes como tiempos de traslado poco realistas, horarios de vuelos conflictivos, o falta de tiempo para visitar lugares de interés. Por otro lado, permiten ofrecer servicios personalizados según las preferencias y necesidades del cliente en cuanto a destino, excursiones, alojamiento y transporte.

Un ejemplo de esto ocurre cuando se ofrecen las excursiones en un destino. Aquí, no solo entra en juego el vender la excursión por sí misma, sino que también se brinde la posibilidad de contratar el servicio de traslado desde y hacia el punto de salida de la excursión, ya sea desde el hotel o desde el punto de interés del cliente. Así como también, ofrecer una serie de alternativas en caso de que la excursión no se pueda realizar por condiciones ajenas al pasajero.

Otro ejemplo es ofrecer hoteles ubicados en las cercanías de las zonas en donde el turista se va a movilizar, ya que permitiría la posibilidad de acudir a ciertos lugares de interés en un menor tiempo y de una manera más cómoda y práctica.

Comprender que las operaciones y la logística no solo son aspectos prácticos sino también estratégicos en la gestión de los productos y servicios ofrecidos, es una forma que tiene el estudiante de obtener una visión holística de cómo una agencia de viajes opera eficientemente, mejorando la calidad de los servicios y optimizando la experiencia del cliente.

### **Aspectos legales y éticos**

El ámbito legal y ético es un pilar fundamental en la operación de las agencias de viajes, y su comprensión y aplicación adecuada son esenciales para garantizar el cumplimiento normativo y mantener la integridad ética (Tozzi, 2021).

Una de las tareas vinculadas a la PPS era recibir los contratos por parte de los proveedores, donde se reflejaban las tarifas, los términos y condiciones, y toda la

información operativa, legal y administrativa necesaria para validar la posterior carga de esos servicios al cotizador. Estos documentos se debían leer atentamente y devolver firmados al remitente en representación de Aero con el fin de prestar conformidad con lo que allí se detallaba.

Para esto, era necesario tener conocimiento sobre las normativas y regulaciones que rigen en la operación de agencias de viajes para que ambas partes cumplan con todas las obligaciones legales pautadas. Estos conceptos fueron estudiados en las materias de Políticas Turísticas donde se analizó la incidencia del sector público sobre el privado dentro de la actividad turística, y Legislación Turística en la cual se simulaban confecciones de contratos de servicios.

Los contratos entre Aero y los proveedores debían cumplir dichas normativas y regulaciones para validar la comercialización de sus servicios. Entre ellas se encuentran leyes comerciales y civiles como la capacidad legal para celebrar contratos y las obligaciones y derechos de las partes; leyes de protección al consumidor para recibir servicios de calidad y respetar sus derechos en caso de incumplimiento; y las regulaciones fiscales y contables como los términos de facturación y pago de los servicios cumpliendo con las normativas relacionadas al comercio internacional.

A su vez, se debía contar con una serie de principios éticos para la toma de decisiones moralmente correctas y tener una conducta responsable hacia los proveedores y clientes. El estudiante enfrentó situaciones como la gestión de información confidencial, la transparencia en la fijación de precios y la garantía de la veracidad de la publicidad.

Es por esto que se debe destacar la importancia de la integridad legal y ética en la operación de una agencia de viajes, junto con la responsabilidad del estudiante de aplicar estos conocimientos teóricos para garantizar el cumplimiento normativo y la construcción de una reputación sólida y ética.

En resumen, la PPS llevada a cabo en Aero le permitió al estudiante combinar los conocimientos teóricos vistos en la carrera con la aplicación práctica de los mismos en un contexto profesional. Estos conocimientos fueron aprendidos en materias como Economía del Turismo, Legislación Turística, Marketing y Políticas Turísticas, entre otras. La experiencia de realizar una PPS de estas características le proporcionó una comprensión más profunda y contextualizada sobre la gestión turística dentro de una agencia de viajes mayorista.

## **ANÁLISIS CRÍTICO**

En el siguiente capítulo se llevará a cabo un análisis crítico de las herramientas teóricas y prácticas, así como de las tecnologías aplicadas durante el periodo de la PPS. El propósito principal de este análisis es evaluar la eficacia y relevancia de estas herramientas en un contexto laboral, y cómo contribuyen al cumplimiento de los objetivos del TFP.

Para lograr estos objetivos, se procedió a identificar las problemáticas vinculadas al área de trabajo que impactaron directa e indirectamente en el desarrollo de la PPS. Este

proceso incluyó un análisis detallado de las dificultades encontradas y la búsqueda de posibles soluciones y alternativas a través de los conocimientos profesionales y académicos obtenidos en la carrera, logrando así, una integración efectiva entre la teoría y la práctica.

A través de la experiencia obtenida al realizar la PPS, se logra aportar una mirada crítica de este sistema y sugerir una serie de cambios que podrían mejorar y complementar la formación académica de los futuros profesionales en turismo de la universidad.

Aquí, la finalidad es resaltar la importancia de la PPS para el estudiante, las problemáticas que surgen de la misma, y formular sugerencias y propuestas que logren optimizar su funcionamiento.

El análisis crítico se centró en evaluar las habilidades, las destrezas y los conocimientos necesarios para identificar y analizar dichas problemáticas, y así obtener soluciones que permitieran la toma de decisiones fundamentales y acertadas. Este proceso requirió una profunda reflexión y autoevaluación sobre los resultados obtenidos durante la PPS, identificando tanto los aprendizajes consolidados como las áreas de mejora, para lograr una retroalimentación constructiva.

En este camino, el estudiante buscó la orientación y el consejo de colegas que tomaron el rol de mentores. Estos, basados en su amplia experiencia laboral, le proporcionaron valiosas perspectivas que ayudaron a dar dirección y enriquecer el enfoque profesional.

Además, el estudiante participó activamente en eventos y capacitaciones específicas que no solo complementaron la formación académica, sino que también ofrecieron diferentes enfoques que contribuyeron a enriquecer la experiencia laboral del estudiante durante la PPS. La participación en estos eventos sirvió como un medio para ampliar el conocimiento, mantenerse actualizado sobre las tendencias y prácticas del sector, y fomentar el desarrollo de una visión integral sobre el área de trabajo.

En resumen, al combinar estas metodologías, técnicas y herramientas, se logró obtener una mirada crítica y completa sobre el área de trabajo durante la PPS. Esto permitió no solo evaluar la eficacia de las herramientas utilizadas, sino también, enriquecer la formación académica con experiencias laborales relevantes para el desarrollo profesional del estudiante.

El hecho de haber realizado la PPS en una agencia de viajes como Aero, le ha otorgado al estudiante una serie de ventajas significativas que ha enriquecido su formación y perspectiva profesional. Entre estas ventajas se destacan:

- Experiencia práctica: la misma ha proporcionado una oportunidad de llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos en la carrera relacionados con el marketing, el comportamiento del turista, el deber jurídico y la gestión de servicios. Este contacto directo con un entorno de trabajo real en una agencia de viajes ha contribuido no solo a consolidar la comprensión teórica, sino también a experimentar y aplicar conceptos en situaciones del mundo laboral.

- Desarrollo de habilidades específicas: la PPS ha sido fundamental para el desarrollo de habilidades específicas requeridas en el sector de agencias de viaje mayoristas. La comunicación con los operadores y proveedores, la gestión de promociones y contratos, la capacidad de dar soporte a otras áreas de la empresa y administrar los productos y servicios ofrecidos, son competencias prácticas que el estudiante ha podido perfeccionar, fortaleciendo así su preparación para futuros roles en el sector.
- Red de contactos: la experiencia en la agencia de viajes ha facilitado la creación de conexiones valiosas con profesionales del campo del turismo. Estos contactos no solo enriquecen la red profesional del estudiante, sino que también pueden abrir puertas a oportunidades de empleo y colaboraciones futuras.
- Comprensión del mercado turístico: la experiencia ha brindado una visión práctica y actualizada del mercado turístico. A través de la inmersión en la agencia de viajes, se ha podido analizar las tendencias, comprender la demanda del consumidor, evaluar la competencia y entender las dinámicas socioeconómicas específicas del sector como la turistificación y la gentrificación turística.
- Uso de tecnologías y sistemas avanzados: Aero utiliza tecnología avanzada para gestionar sus reservas, promociones y comunicación. Por ejemplo, el cotizador offline Abm Terrestre donde se cargan las tarifas de los productos y servicios; y el sistema Middle Office donde se gestionan las reservas de la empresa, seguimiento de pagos y gestión de documentación. La PPS ha permitido al estudiante familiarizarse y adquirir habilidades en el uso de estas herramientas tecnológicas especializadas, lo cual es beneficioso para empleos en el sector.

Si bien la PPS brindó una experiencia única para el estudiante, abriendo nuevas puertas para la carrera profesional dentro del turismo, es importante reconocer que no estuvo exenta de desafíos y limitaciones durante su desarrollo. Entre ellas se encuentra la focalización de la PPS en tareas específicas y la vinculación con los conceptos estudiados en la carrera.

En cuanto a la focalización en tareas específicas, la PPS se centró solo en el puesto de Cargas dentro del área de Producto, lo que limitó su participación en otras áreas de la empresa para adquirir nuevos conocimientos y tener una visión más amplia en relación a otros puestos de trabajo en departamentos como Tickets o Cruceros. Esto con el fin de que el estudiante tenga un amplio abanico de conocimientos para su futuro profesional y decantarse por el sector que más desee.

Con respecto al vínculo de los conceptos vistos en clase con las tareas realizadas en la PPS, es importante identificar que se ha logrado aportar ciertos conocimientos específicos estudiados en la carrera, pero que, en su mayoría, los conceptos utilizados en la PPS fueron adquiridos en el transcurso de la misma. Por lo que sería oportuno que desde la carrera se ofrezcan capacitaciones sobre las tareas a realizar en una agencia de viajes para mejorar el proceso de inducción del estudiante.

La PPS representó una oportunidad única para el estudiante de sumergirse en el mundo laboral del turismo. Sin embargo, su efectividad y beneficios obtenidos estuvieron estrechamente ligados a diversos factores como la calidad de la supervisión o la naturaleza de las tareas asignadas.

La supervisión adecuada por parte de profesionales experimentados del sector proporcionó una guía valiosa y un apoyo significativo, facilitando el proceso de aprendizaje y el desarrollo de habilidades, contribuyendo de manera efectiva al equipo de trabajo.

Por otro lado, la variedad de tareas desarrolladas durante la PPS fue importante en la formación del estudiante. Por lo que, limitar la práctica a tareas específicas, no permite la oportunidad de explorar diferentes aspectos y áreas del turismo, lo que podría ampliar sus conocimientos y habilidades, y tener una comprensión más integral del sector turístico.

El ambiente y la cultura organizacional también son factores determinantes en la experiencia de la PPS. El ambiente laboral positivo y la cultura organizacional colaborativa que brinda Aero logró fomentar la creatividad, el trabajo en equipo y el desarrollo profesional del estudiante.

Es por esto que es importante que las universidades y los estudiantes evalúen críticamente estos factores para garantizar una experiencia de aprendizaje significativa y efectiva en el sector turístico.

La PPS también es una oportunidad para establecer conexiones valiosas en la industria. La red de contactos profesionales alcanzada durante la práctica puede tener un impacto significativo en el futuro profesional del estudiante, abriendo puertas a oportunidades laborales, colaboraciones estratégicas y posibles mentorías que enriquezcan su trayectoria.

Por último, la experiencia laboral en Aero proporcionó una visión profunda y práctica de la dinámica del mercado turístico. El estudiante se enfrentó tanto a complejidades y desafíos reales del sector, como la comprensión de las tendencias del mercado, las expectativas del consumidor y las estrategias empresariales exitosas.

En conclusión, realizar la PPS en una agencia de viajes como Aero no solo representó una etapa práctica en el proceso educativo, sino que se convirtió en una plataforma integral para el crecimiento personal y profesional del estudiante. Esta experiencia ha demostrado ser un catalizador clave para el desarrollo de habilidades específicas dentro del sector turístico, contribuyendo a una formación profesional altamente competente y adaptada a las demandas del mercado.

## **CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS**

Llevar a cabo la PPS en una organización tan importante como lo es Aero puede abrir muchas puertas a la hora de ingresar al mundo laboral. Es una oportunidad para aplicar todos los conocimientos aprendidos y desarrollar nuevas herramientas para el futuro. A

su vez, contempla la creación de nuevos vínculos personales que potencia la experiencia laboral y te adapta a un entorno y ambiente de trabajo amigable y enriquecedor.

Durante la PPS en la agencia de viajes, se obtuvo la oportunidad de sumergirse en el mundo del turismo y adquirir una amplia gama de habilidades y conocimientos que han contribuido significativamente al desarrollo profesional del estudiante. En este apartado, se resumirá esos logros y aprendizajes, destacando cómo se alinean con los objetivos de aprendizaje establecidos al inicio del trabajo, así como los desafíos enfrentados y las lecciones aprendidas al superarlos.

Además, se analizará la relevancia de la práctica realizada en la agencia para el futuro laboral del estudiante, se ofrecerán recomendaciones para mejorar el Trabajo Final de Carrera y se reflexionará sobre cómo esta experiencia ha complementado la formación académica del estudiante.

### **Logros y aprendizajes**

Durante la PPS en Aero, el estudiante logró llevar a cabo una serie de tareas y responsabilidades que le brindaron una visión completa del funcionamiento interno de una agencia de viajes mayorista. Desde la manipulación de tarifas en el backend de la web, dar de alta prestadores de servicios, y brindar soporte de cargas y promociones a otras áreas de la empresa, cada una de estas tareas representó una oportunidad de crecimiento y aprendizaje.

La manipulación de tarifas en el backend de la web permitió adentrarse en la complejidad de la gestión de precios en el sector turístico. A través de esta tarea, se trabajó con sistemas especializados como el cotizador Abm Terrestre, y ayudó a entender los factores que influyen en la fijación de precios como las temporadas, la demanda y las políticas públicas y privadas que afectan las tarifas. Esto permitió desarrollar habilidades técnicas y comprender cómo las estrategias de precios afectan al comportamiento del consumidor y la rentabilidad de la empresa, temas estudiados en Marketing Turístico y en Economía del Turismo.

Por otro lado, dar de alta prestadores de servicios llevó al estudiante a interactuar directamente con proveedores externos, negociar términos de colaboración y asegurar que todos los detalles estuvieran correctamente registrados en los sistemas internos de Aero.

Por último, brindar soporte de cargas y promociones a otras áreas de la empresa fue una responsabilidad enriquecedora que permitió colaborar estrechamente con diferentes equipos y departamentos. Esta tarea exigía al estudiante mantenerse ágil y flexible, ya que a menudo implicaba responder consultas y solicitudes de otras áreas sobre los productos y servicios cargados.

En resumen, la variedad de tareas y responsabilidades asumidas por el estudiante en la PPS le brindó una experiencia integral que fortaleció sus habilidades de gestión, trabajo en equipo y resolución de problemas. Además de enseñar la importancia de la

adaptabilidad y la capacidad de respuesta en un entorno laboral dinámico y en constante cambio.

### **Alineación con los objetivos de aprendizaje y reflexión**

Los objetivos de aprendizaje y reflexión establecidos al inicio del presente trabajo representaron una guía fundamental para el desarrollo del TFP.

En primer lugar, aspiraba a desarrollar habilidades prácticas sólidas en el campo del turismo, entendiendo que la teoría adquirida en la carrera encontraría su significado al momento de aplicarse en un entorno laboral real. Cada tarea realizada contribuyó a fortalecer las habilidades prácticas y a comprender los procesos involucrados en el sector turístico.

El segundo objetivo era comprender el funcionamiento interno de una agencia de viajes. Durante la práctica se tuvo la oportunidad de adentrarse en la operación diaria de una agencia de viajes, desde la gestión de productos y servicios, la logística de viaje, el trato con proveedores y la implementación de estrategias de ventas, esta inmersión profunda en el funcionamiento interno de la empresa le brindó al estudiante una perspectiva valiosa sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta la actividad, y una apreciación más amplia de la complejidad del mercado.

Por último, mejorar la capacidad para trabajar en un entorno profesional fue uno de los objetivos más importantes. A través de la interacción diaria con colegas y proveedores, se aprendió a adaptarse a las normas y expectativas, colaborando en equipo y gestionando conflictos. La experiencia de trabajar en un entorno profesional le permitió al estudiante crecer tanto personal como profesionalmente, aprendiendo a gestionar las emociones y mantener la motivación ante las situaciones más desafiantes.

### **Contribución al crecimiento en habilidades, conocimientos y actitudes**

La PPS ha sido una experiencia enriquecedora para el estudiante ya que ha potenciado las habilidades de manera significativa en áreas importantes como la planificación estratégica, la gestión de productos y servicios, y el soporte de los mismos.

En cuanto a la planificación estratégica, participar en reuniones, proyectos y capacitaciones, le ha brindado al estudiante una comprensión más profunda de cómo se establecen y ejecutan las estrategias empresariales dentro del sector turístico, aprendiendo a identificar oportunidades y desafíos, y a desarrollar planes de acción efectivos para alcanzar los objetivos.

La gestión de productos ha sido otra área clave en la que se ha crecido considerablemente. Desde la comunicación con los proveedores hasta la creación de servicios, se ha adquirido experiencia en todas las etapas del ciclo de vida del producto terrestre.

Además, la experiencia ha permitido que el estudiante amplíe significativamente sus conocimientos sobre destinos turísticos, tendencias de mercado y sistemas de reservas. A través de la manipulación y gestión de los productos y servicios terrestres ofrecidos,

se ha adquirido una comprensión más profunda sobre los destinos más populares y las preferencias de los clientes.

Por último, en términos de actitudes, la PPS ha ayudado a cultivar una serie de cualidades importantes que son esenciales en el entorno laboral. La paciencia ha sido fundamental para tratar con proveedores y colegas en situaciones desafiantes, mientras que la empatía ha sido clave para comprender las necesidades y preocupaciones de los compañeros de trabajo ofreciendo soluciones adecuadas. Además, la capacidad de pensar de manera creativa ha sido importante para encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos.

### **Relevancia para el futuro laboral**

La experiencia adquirida en Aero ha sido muy importante para el desarrollo profesional del estudiante y para su futuro en el sector. Durante la PPS se obtuvo la oportunidad de sumergirse en procesos y desafíos que enfrenta una agencia de viajes mayorista. Cada tarea desarrollada le ha brindado una comprensión más profunda de cómo funciona el sector turístico por dentro.

Por otro lado, la PPS ha dotado al estudiante de habilidades prácticas sólidas que son aplicadas a la mayoría de puestos de trabajo en una agencia. Desde habilidades técnicas como la manipulación de sistemas de cotización y gestión de productos y servicios, hasta habilidades interpersonales como la comunicación con proveedores y la resolución de problemas.

Esta experiencia práctica le proporcionó al estudiante una perspectiva única sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector turístico en la actualidad. Desde el impacto de los cambios tecnológicos y la implementación de nuevas políticas, hasta la evolución de las preferencias del consumidor.

### **Recomendaciones**

A partir de la experiencia obtenida por el estudiante en Aero, se sugiere implementar una serie de medidas que aseguren una PPS más enriquecedora y productiva, con el fin de potenciar el desarrollo del Trabajo Final de Práctica.

En primer lugar, se sugiere la implementación por parte de la empresa de un sistema de capacitación más estructurado al inicio de la PPS. Esto implicaría la creación de planes de inducción al inicio de la práctica para abordar las habilidades y los conocimientos fundamentales necesarios para desempeñarse eficazmente dentro de la empresa. Estos programas podrían cubrir temas como el funcionamiento de los sistemas internos y la gestión de los productos y servicios ofrecidos.

Al proporcionar una base sólida de conocimientos y habilidades desde el principio de la PPS, los practicantes estarán mejor equipados para asumir responsabilidades y contribuir de manera significativa desde el comienzo de su práctica.

Por otro lado, se considera que establecer un sistema de mentoría más sólido sería altamente beneficioso para los estudiantes. Asignar a cada practicante un tutor

experimentado dentro de la empresa que funcione como soporte, les brindaría una guía personalizada y un apoyo invaluable a lo largo del desarrollo de la PPS. Estos tutores podrían proporcionar orientación sobre el trabajo diario, compartir conocimientos y experiencias, y servir como recursos de apoyo para cualquier pregunta o inquietud que pueda surgir.

Por último, se sugiere la ejecución de un sistema de retroalimentación regular durante la PPS. Esto podría incluir sesiones formales entre los supervisores y los practicantes para evaluar el progreso, identificar áreas de mejora y establecer objetivos de desarrollo personal. La retroalimentación constante y constructiva no solo ayudaría a los estudiantes a maximizar su potencial durante la PPS, sino que también sentaría las bases para un crecimiento continuo al momento de ingresar al mercado laboral.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cordente, M., Mondéjar, J. y Talaya, E. (2013). *Motivaciones del turista: cambio de paradigma*.
- Del Toro, M. y Jiménez, L. (2023). *Turismo y capacitación: dinámicas actuales*. Estudio del Desarrollo Social. Vol. 11 (3).
- Heizer, J. y Render, B. (2009). *Principios de administración de operaciones*. Pearson Educación. Vol. 7. México.
- Lillo Bañuls, A. (2009). *El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas*. Cuadernos de Turismo, (24), 53-64.
- Morillo Moreno, M. C. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Visión Gerencial, (1), 135-158.
- Montoya, F. y Aguilar, J. (2013). *La relación universidad-empresa en las prácticas empresariales: un modelo conceptual desde las técnicas de generación de ideas*. Journal of Technology Management & Innovation. ALTEC. Vol. 8.
- Pérez Espinoza, M. J. y Herrera Tinoco, K. B. (2017). *La segmentación de mercado en el marketing turístico: una estrategia básica para descubrir quién es mi cliente y ser más competitivo*. XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo. 378-387.

Rivera Mateos, M. y Rodríguez García, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba. Córdoba, España.

Tozzi, A. (2021). *Los Agentes de Viajes y el Deber jurídico de Información precontractual*. Tesis de grado. Universidad Nacional de La Plata.