

**TRABAJO DE GRADO**

**Opción Seminario-Diplomado.**

**Aplicación de Fundamentos Básicos de Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2015 en la  
Empresa Viajes Agentur**

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ingeniería

Seminario Normas ISO 9001 2015

Luis F. Mesa

Mary Evelyn Osma Landazabal

Seminario

2024

## **Dedicatoria**

A mi familia

A los tutores

En especial a mi novia

## **Agradecimientos**

A mi familia, por ser esa fuente inagotable de motivación que me impulsa a seguir adelante, incluso en los momentos más desafiantes. Su apoyo ha sido fundamental, especialmente cuando el tiempo y las responsabilidades laborales y académicas me alejaron de ellos. A pesar de las ausencias y sacrificios que esto ha implicado, su comprensión y paciencia me han permitido mantenerme enfocado en este proyecto, con la esperanza de que el esfuerzo invertido se traduzca en una vida mejor para todos. Gracias por su amor incondicional y por ser siempre mi refugio y fortaleza.

A los tutores, por su acompañamiento constante y dedicado a lo largo de todo este proceso formativo. Aunque no estuvo exento de obstáculos, con su guía, se lograron superar todas las dificultades. En especial, agradezco profundamente a nuestra tutora, Mary Evelyn Osma Landázabal, cuya disposición, conocimiento y actitud siempre positiva fueron clave para despejar cualquier duda que surgiera durante el desarrollo del proyecto. Su compromiso y entrega y conocimiento fueron esenciales para llevar a cabo este seminario.

A mi novia, por ser mi compañera incondicional en este camino, apoyándome en cada paso y brindándome palabras de aliento cuando más las necesitaba. Su amor y motivación constante me han dado la fuerza necesaria para seguir adelante, manteniendo siempre una actitud positiva. Su presencia ha sido un pilar fundamental para mantener el equilibrio en este proceso de aprendizaje.

## Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos .....	3
Resumen.....	8
Palabras Clave.....	9
Marco Conceptual y Contextual .....	9
Norma ISO 9001 2015 .....	9
Conceptos Introdutorios .....	9
Numeral 4: Contexto.....	10
Reseña Histórica .....	10
Misión .....	12
Visión.....	12
Contexto de la Organización.....	13
Matriz DOFA (Numeral 4.1) .....	13
Análisis de Macroentorno PESTEL.....	14
Partes Interesadas Externas.....	15
Clientes .....	15
Proveedores de Servicios Turísticos .....	15
Gobierno y Reguladores .....	16

	5
Entidades Financieras y Bancos.....	16
Sociedad y Comunidad Local .....	17
Partes Interesadas, Necesidades y Expectativas (Numeral 4.2).....	17
Alcance .....	18
Mapa de Procesos (Numeral 4.4).....	19
Mapa de Procesos .....	19
Numeral 5: Liderazgo .....	20
Estructura Organizacional de la Empresa .....	20
Nombre del Líder SGC .....	20
Política de Calidad (Numeral 5.2) .....	21
Numeral 6: Planificación .....	22
Matriz de Riesgos (Numeral 6.1).....	22
Tabla de riesgos y acciones de control .....	22
Objetivos de Calidad (Numeral 6.2).....	23
Numeral 7: Apoyo.....	24
Matriz de Comunicaciones (Numeral 7.4).....	24
Matriz de comunicaciones .....	24
Numeral 8: Operación.....	25
Formato de Evaluación de Proveedores.....	25

Documentación del Procedimiento Parea la Gestión de Reservas (Numeral 8).....	27
Objetivo.....	27
Alcance .....	27
Definiciones .....	28
Condiciones Generales.....	28
Procedimiento .....	29
Diagrama de Flujo.....	31
Control de Cambios .....	32
Salidas no Conformes SNC (Numeral 8.7).....	32
Salida no conforme en la adaptación de los servicios a las necesidades del cliente.....	32
Salida no conforme en la validación de los itinerarios de viaje personalizados .....	33
Numeral 9: Evaluación del Desempeño.....	34
Indicador de Cumplimiento de Requisitos del Cliente (Numeral 9.1).....	34
Indicador de Tasa de No Conformidades en Productos Diseñados .....	35
Plan de Auditorías Internas (Numeral 9.2) .....	36
.....	36
Numeral 10: Mejora.....	37
No conformidad y Acciones Correctivas (Numeral 10.2) .....	37
Conclusiones .....	39

Referencias..... 40

## Resumen

Viajes Agentur S.A., fundada en 1951, ha consolidado un legado de excelencia en la industria turística, posicionándose como líder en consultoría, asesoría y administración de viajes. A través de alianzas estratégicas con redes globales como L'ALIANXA TRAVEL NETWORK y GLOBAL STAR, la agencia ha extendido su presencia a más de 90 países, ofreciendo a sus clientes una cobertura global de alto nivel. Reconocida en 2023 con el Premio Club de Honores de Avianca, Viajes Agentur se destaca por su compromiso con la satisfacción del cliente, la calidad y la innovación.

La estructura operativa de Viajes Agentur se apoya en una serie de procesos clave, tanto misionales como de apoyo. Los procesos misionales, como la asesoría de viajes, la gestión de reservas, y la atención al cliente, son fundamentales para la creación de valor y la satisfacción del cliente. Estos están respaldados por procesos de apoyo críticos, tales como la gestión de recursos humanos, financiera, de TI, y de calidad, que garantizan la eficiencia operativa y la continuidad del negocio.

En este contexto, la implementación y certificación en la norma ISO 9001:2015 cobra especial relevancia. Esta norma internacional de gestión de la calidad proporciona un marco robusto para asegurar que los procesos de Viajes Agentur se alineen con las mejores prácticas de la industria, promoviendo una mejora continua y un enfoque constante en la satisfacción del cliente. La certificación en ISO 9001:2015 no solo fortalecería la confianza de los clientes y socios estratégicos en la calidad de los servicios

ofrecidos, sino que también proporcionaría una ventaja competitiva en un mercado globalizado y altamente competitivo.

Además, la certificación ISO 9001:2015 permitiría a Viajes Agentur optimizar sus procesos internos, reducir errores y costos operativos, y asegurar el cumplimiento de la normativa legal vigente, lo cual es fundamental para mantener su reputación y sostenibilidad a largo plazo. También facilitaría la integración de nuevos procesos y tecnologías, manteniendo a la agencia a la vanguardia de las tendencias del sector turístico.

En resumen, la adopción de la norma ISO 9001:2015 es un paso estratégico para Viajes Agentur S.A., que no solo reforzará su compromiso con la calidad y la excelencia, sino que también contribuirá a consolidar su posición como una agencia de viajes de referencia a nivel nacional e internacional.

### **Palabras Clave**

Normas ISO 9001 2015, calidad, certificación, turismo, mejora continua, procesos, satisfacción del cliente, competitividad, innovación, alianzas estratégicas.

## **Marco Conceptual y Contextual**

### **Norma ISO 9001 2015**

#### ***Conceptos Introductorios***

El desarrollo de este proyecto está orientado a la estandarización de procesos mediante la aplicación y certificación de la norma ISO 9001:2015 en Viajes Agentur S.A., una agencia con más de 70 años de trayectoria en la industria turística. La necesidad

de implementar un sistema de gestión de la calidad surge en respuesta a un entorno competitivo y en constante cambio, donde la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y el cumplimiento de las normativas legales son factores clave para el éxito.

La certificación ISO 9001:2015 no solo busca formalizar y optimizar los procesos internos de la agencia, sino también fortalecer su posición en el mercado global. Con alianzas estratégicas que le otorgan presencia en más de 90 países, Viajes Agentur tiene la responsabilidad de mantener estándares de calidad uniformes y elevados en todos sus servicios, asegurando una experiencia de viaje excepcional para sus clientes.

Este proyecto se enmarca en un contexto de mejora continua, donde la innovación y la adaptación al cambio son esenciales para mantenerse competitivo en la industria. La estandarización de procesos mediante la norma ISO 9001:2015 permitirá a Viajes Agentur no solo mejorar la calidad de sus servicios, sino también aumentar la eficiencia operativa, reducir costos, y cumplir con las expectativas de todas las partes interesadas, incluidos clientes, proveedores y entidades regulatorias. En un mercado globalizado, la certificación en esta norma se convierte en un diferenciador clave que reafirma el compromiso de la agencia con la excelencia y la satisfacción del cliente.

#### **Numeral 4: Contexto**

##### **Reseña Histórica**

Viajes Agentur S.A., fundada el 20 de julio de 1951, ha construido un legado de excelencia en la consultoría, asesoría y administración de viajes durante más de siete décadas. Desde sus inicios, el compromiso es ofrecer a los clientes una experiencia de

viaje impecable, adaptándonos constantemente a los cambios y necesidades del sector. A lo largo de estos años, ha crecido y evolucionado, estableciéndose como una agencia líder en la industria turística, con una reputación basada en la confianza, la calidad y la innovación.

En la actualidad, cuenta con sólidas alianzas estratégicas que la posicionan como un referente global. son socios de L'ALIANXA TRAVEL NETWORK y GLOBAL STAR, dos de las redes de viajes más importantes del mundo. Estas asociaciones le otorgan una presencia en más de 90 países y le brindan acceso a más de 3.000 oficinas alrededor del globo. Gracias a esta extensa red internacional, podemos ofrecer a nuestros clientes una cobertura global de alto nivel, garantizando no solo la planificación y ejecución de viajes sin contratiempos, sino también un servicio personalizado y de calidad en cualquier destino que elijan. Su capacidad para adaptarse a diferentes mercados y culturas le ha permitido mantener competitividad en un entorno globalizado, ofreciendo un enfoque local y cercano a cada uno de los clientes.

El éxito continuo de Viajes Agentur S.A. ha sido reconocido tanto a nivel nacional como internacional. En el año 2023, recibió con orgullo el Premio Club de Honores de Avianca, un galardón que la distingue como una de las mejores agencias de viajes en Colombia. Este prestigioso reconocimiento es testimonio de la dedicación a la excelencia, reflejada en la calidad de los servicios y en la satisfacción de los clientes, que siempre ha sido prioridad. Este logro también destaca el compromiso con el desarrollo y

la innovación en la industria de viajes, consolidándose como un actor clave en el mercado.

En Viajes Agentur S.A., se cree que cada viaje es una oportunidad única para crear recuerdos inolvidables, y es por eso que se dedica a hacer que cada etapa del proceso sea lo más fluida, segura y placentera posible. Ya sea un viaje de negocios, una aventura exótica o unas vacaciones familiares, su misión es superar las expectativas de los clientes a través de un servicio personalizado, confiable y respaldado por su amplia experiencia y recursos internacionales. Es un orgullo seguir siendo una agencia de referencia, brindando soluciones de viaje que hacen la diferencia.

### **Misión**

Nuestra misión es ofrecer soluciones de viaje personalizadas, confiables y de alta calidad, garantizando a nuestros clientes una experiencia excepcional desde la planificación hasta la realización de sus viajes.

### **Visión**

Ser reconocidos para el 2027 como la agencia de viajes líder en Colombia y un referente nacional en la industria turística, distinguiéndonos por nuestra innovación, excelencia en el servicio y capacidad para ofrecer una cobertura nacional e internacional de primer nivel. Aspiramos a consolidar nuestro legado de más de setenta años, manteniendo el compromiso con la satisfacción de nuestros clientes y evolucionando continuamente para adaptarnos a los desafíos del futuro en un mundo cada vez más conectado y competitivo.

## Contexto de la Organización

### Matriz DOFA (Numeral 4.1)

#### Figura 1

Imagen de la matriz DOFA aplicado a la agencia de viajes Agentur



Nota. Elaboración Propia

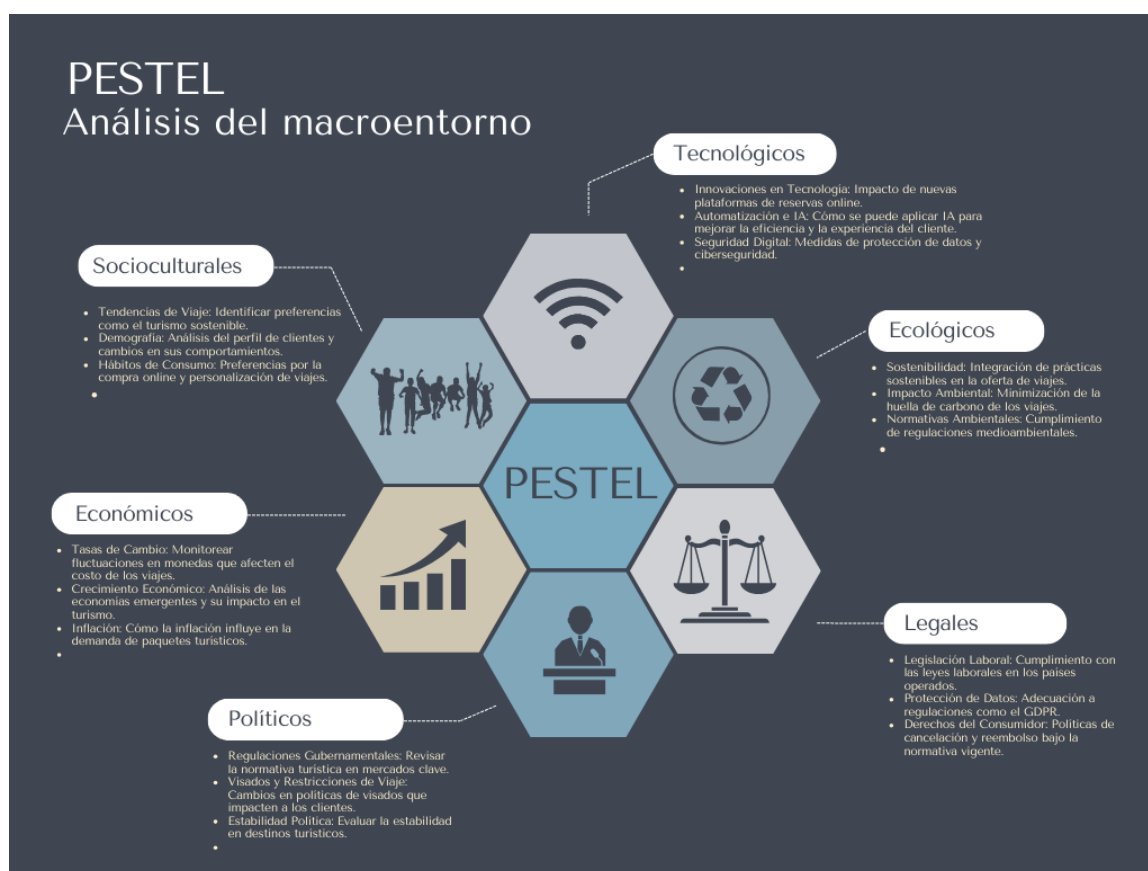
Viajes Agentur está en una posición sólida gracias a sus fortalezas, especialmente su larga trayectoria de más de 70 años en el sector y su red global de alianzas estratégicas. Esto le proporciona un alto grado de credibilidad y le permite ofrecer servicios en más de 90 países (ver Figura 1). Sin embargo, la agencia enfrenta retos importantes a nivel interno, como la ineficiencia operativa y la falta de diversificación en

productos y servicios, lo que podría limitar su competitividad en un mercado tan dinámico.

## Análisis de Macroentorno PESTEL

### Figura 2

Imagen del análisis del macroproceso de viajes Agentur



Nota. Elaboración Propia

Como se puede visualizar en la figura 2, el macroentorno de viajes Agentur está influenciado por una variedad de factores externos que pueden impactar significativamente las operaciones y estrategias. Por lo cual se debe estar atento a las

cambios políticos y económicos, adaptarse a las preferencias sociales y tecnológicas emergentes, y cumplir con las normas legales y ambientales para mantenerse competitiva y sostenible. Es muy importante mantener monitoreados estos factores y adaptarse proactivamente para aprovechar cualquier oportunidad y mitigar los riesgos asociados con el entorno.

### **Partes Interesadas Externas**

#### **Clientes**

Los viajeros, tanto corporativos como vacacionales, son el núcleo del negocio. Tienen un interés directo en recibir un servicio de alta calidad, personalizado y con valor agregado, además de una experiencia satisfactoria en cada uno de sus viajes.

Los clientes son la razón por la cual la empresa existe. Su satisfacción es la clave del éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio, pero especialmente en la industria de viajes, donde la experiencia y el servicio son cruciales. Viajes Agentur S.A. se posiciona como una empresa que personaliza sus servicios según las necesidades del cliente, asegurando que cada viaje sea una experiencia única y placentera. Por eso, la orientación al cliente es el valor más importante y se coloca en primer lugar: sin clientes satisfechos, la empresa no puede ser sostenible en el tiempo.

#### **Proveedores de Servicios Turísticos**

Compañías aéreas (como Avianca, Latam, Clic, Jetsmart), hoteles, operadores turísticos, transportistas y otras empresas de la industria del turismo son proveedores esenciales. Están interesados en mantener relaciones comerciales a largo plazo.

En segundo lugar, se elige a los proveedores de servicios ya que sin ellos sería imposible tener un portafolio de servicios que ofrecer a los clientes.

### **Gobierno y Reguladores**

Los organismos gubernamentales y las entidades reguladoras del turismo están interesados en que la agencia cumpla con las normativas legales y fiscales del país, además de promover el turismo de manera ética, sostenible y responsable.

En tercer lugar, se ubica al gobierno porque las agencias de viajes deben cumplir con una variedad de regulaciones y normativas locales e internacionales. Esto incluye licencias, impuestos, normas de seguridad y protección del consumidor. Las entidades gubernamentales y reguladoras aseguran que la empresa opere dentro del marco legal, evitando sanciones o problemas legales que podrían afectar la operación y la reputación de la empresa.

### **Entidades Financieras y Bancos**

Estas instituciones tienen un interés en la estabilidad financiera de la agencia, especialmente si existe algún tipo de crédito, préstamos o relaciones financieras activas.

Las entidades financieras son elegidas en el cuarto lugar debido a que proporcionan los recursos financieros necesarios para que la empresa opere y crezca. Esto incluye líneas de crédito, préstamos y otros instrumentos financieros que permiten a la empresa gestionar su liquidez, financiar expansiones o inversiones y superar dificultades económicas.

## Sociedad y Comunidad Local

La comunidad en la que opera la agencia, especialmente si participa en actividades de responsabilidad social, tiene un interés en cómo la empresa impacta la economía local, el medio ambiente y el bienestar social.

En quinto lugar, la sociedad y comunidad porque son quienes impactan en la reputación, operación y sostenibilidad de la agencia.

### Partes Interesadas, Necesidades y Expectativas (Numeral 4.2)

**Tabla 1**

Tabla de las partes interesadas con sus necesidades y expectativas

Partes interesadas	Necesidades	Expectativas
Clientes (Turistas y empresas)	Servicios de calidad, experiencias memorables, precios accesibles.	Seguridad, información clara, soporte y asesoría continua.
Proveedores (Hoteles, aerolíneas, etc.)	- Volumen de reservas - Relaciones duraderas	- Pagos puntuales - Colaboración eficiente - Promoción conjunta
Gobiernos locales	Promoción del destino, cumplimiento regulatorio	Contribución económica, turismo sostenible
Empleados	Estabilidad laboral, desarrollo profesional	Buen ambiente de trabajo, reconocimiento, oportunidades de crecimiento

Comunidades locales	Beneficios económicos, protección cultural	Respetar tradiciones, turismo sostenible
Inversionistas	Rentabilidad, crecimiento de la empresa.	Transparencia financiera, gestión eficiente.
Organizaciones ambientales	Protección del medio ambiente	Prácticas de turismo sostenible, reducción de huella ecológica

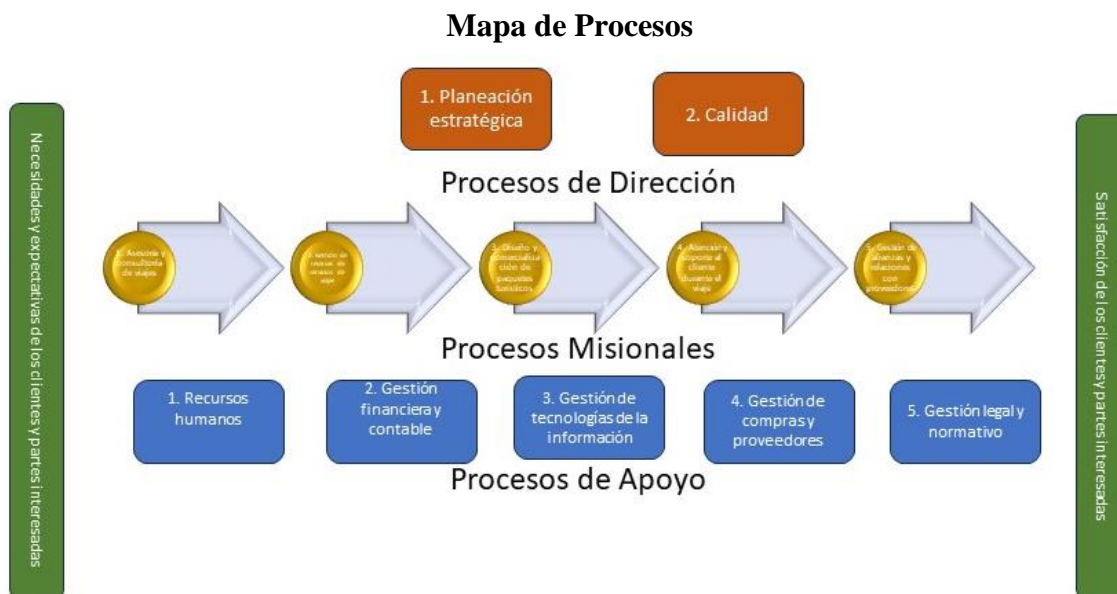
**Tabla 2****Alcance**

Actividades principales	Productos o servicios	Mercado o aplicación	Referencias involucradas
Prestación de servicios de	Viajes corporativos y vacacionales	En territorio nacional e internacional	NTC ISO 9001 2015
Diseño y prestación de	Servicios y viajes a la medida.	A nivel nacional e internacional	NTC ISO 9001 2015
Producción y comercialización	De tiquetes aéreos, manejo de grupos, traslados, alquiler de vehículos y asistencias médicas.	A nivel nacional e internacional	NTC ISO 9001 2015

## Mapa de Procesos (Numeral 4.4)

### Imagen 3

Imagen del mapa de procesos de la agencia de viajes Agentur



Nota. Elaboración Propia

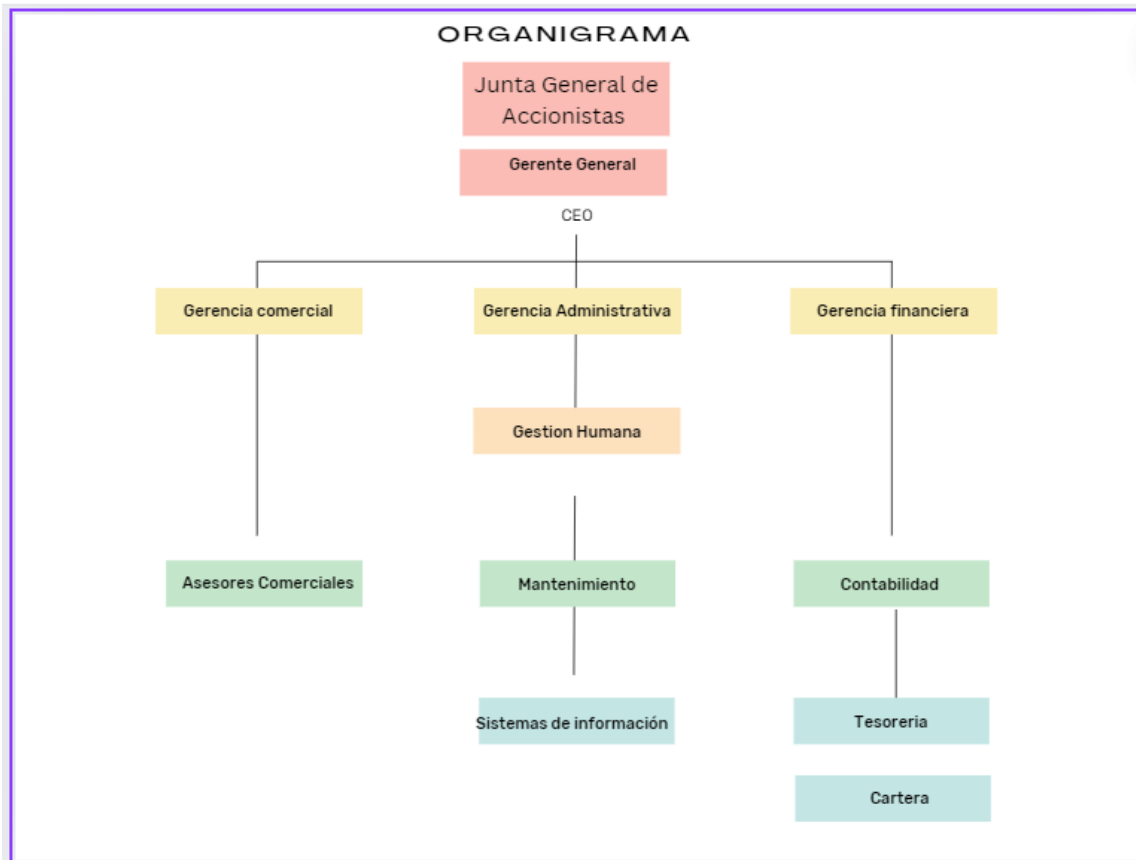
El mapa de procesos ilustrado en la Figura 3, permite entender la distribución y relación entre los procesos directivos, misionales y de apoyo dentro de la agencia de viajes Agentur.

## Numeral 5: Liderazgo

### Estructura Organizacional de la Empresa

#### Imagen 4

Imagen del organigrama de la agencia viajes Agentur



Nota. Elaboración Propia

#### Nombre del Líder SGC

Cristina Londoño Osorio quien se desempeña como Gerente General

**Política de Calidad (Numeral 5.2)**

En Viajes Agentur, nos comprometemos a ofrecer servicios turísticos de alta calidad que cumplan con la normativa legal vigente y satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes y partes interesadas. Nuestra política se basa en la mejora continua, manteniendo estándares de excelencia en cada aspecto de nuestros servicios. Valoramos y desarrollamos nuestro talento humano, promoviendo su crecimiento y capacitación constante. Asimismo, fomentamos un turismo seguro, confiable y responsable, trabajando en estrecha colaboración con socios estratégicos para garantizar experiencias de viaje excepcionales.

## Numeral 6: Planificación


### Matriz de Riesgos (Numeral 6.1)

**Tabla 3**

Tabla de riesgos y acciones de control

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Nivel de Riesgo	Acción para mitigar	Responsable
Error en la digitación del nombre de pasajero en la reserva		Critico	Alto	Desarrollar programas de conciencia situacional para reducir el error humano	Talento humano
Error al tomar una fecha diferente a la indicada por el cliente		Critico	Alto	Implementar una hoja de verificación o check list para garantizar que se confirmó los datos suministrados por el cliente	Talento humano

NIVEL DE RIESGO		
Gravedad/Impacto	Valoración	COLOR
Se pueden corregir con facilidad y no dañan la imagen de la agencia	Aceptable	
Se pueden corregir con facilidad y es posible impactar negativamente a un pequeño número de personas	Tolerable	
Genera daño en la imagen de la agencia y puede generar perdidas económicas	Alto	

Dañan la imagen de la agencia y su trayectoria y genera un grave impacto negativo a un número importante de personas aumentando los costos de no calidad	Extremo	
--	---------	---

Nota. Elaboración Propia

### **Objetivos de Calidad (Numeral 6.2)**

Garantizar el cumplimiento del 100% de las normativas legales vigentes aplicables a los servicios turísticos ofrecidos, a través de auditorías trimestrales y revisiones de cumplimiento que logren mantener el nivel de conformidad de los clientes a diciembre de 2024.

Asegurar que el 90% del personal se capacite a diciembre de 2024 en temas de calidad, atención al cliente y turismo responsable, con el fin de mejorar sus competencias y desempeño de atención al cliente con una recurrencia anual.

Incrementar en un 20% la eficiencia operativa de los procesos turísticos a través de nuevas herramientas tecnológicas que permitan disminuir los tiempos de respuesta al cliente para el segundo trimestre de 2025.

## Numeral 7: Apoyo

### Matriz de Comunicaciones (Numeral 7.4)

**Tabla 4**

Matriz de comunicaciones

¿A quién se Comunica?	¿Quién comunica?	¿Qué se va a Comunicar?	¿Cuándo se Comunica?	¿Cuál es el propósito?	¿Porque se comunica?	¿Como se Comunica?	¿Cómo le voy a hacer seguimiento a lo que comunico?
Clientes	Asesor comercial	Detalles de la reserva	Inmediatamente después de la reserva	Confirma que el cliente está de acuerdo con los detalles de la reserva	Confirmar reserva con el cliente	En persona, por WhatsApp o Correo electrónico	Confirmación verbal, Confirmación de que comprendió la información y por Confirmación de lectura del correo.
Proveedores	Gerente	Resultados evaluación de desempeño	Cada año	Dar a conocer los resultados para tomar acciones de mejora o correctivas si es necesario	Mejorar el servicio prestado	Por correo electrónico	Encuestas de satisfacción a los clientes
Empleados	Recursos humanos	Políticas y procedimientos	Mensual	Asegurar que los empleados conozcan y sigan los procedimientos internos	Actualizaciones de políticas, cambios en procedimientos.	Por correo electrónico	Encuestas de comprensión, Revisiones periódicas de cumplimiento

## Numeral 8: Operación

### Formato de Evaluación de Proveedores

FORMATO DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES			
Nombre del proveedor:	Europa Mundo		
Servicio proporcionado:	Circuitos en Europa y Medio Oriente		
Fecha de evaluación:	10-sep-24		
Evaluador:	Luis Fernando Mesa		
Periodo evaluado:	Tercer Trimestre 2024		
<b>Información General del Proveedor</b>			
Razón Social:	Europa Mundo		
Contacto principal:	Emilio Echeverry		
Teléfono:	315-310-0254		
Correo electrónico:	<a href="mailto:reservas2@aeropamundo.com">reservas2@aeropamundo.com</a>		
Ubicación:	Bogota		
<b>Criterios de Evaluación</b>			
Criterio	Ponderación (%)	Calificación (1-10)	Ponderado
Calidad del servicio	25%	9	2,3
Cumplimiento de tiempos y plazos	20%	9	1,8
Disponibilidad y flexibilidad	15%	9	1,4
Relación costo-beneficio	15%	9	1,4
Atención y soporte al cliente	10%	9	0,9
Cumplimiento de requisitos legales	10%	10	1,0
Capacidad de respuesta ante	5%	7	0,4
<b>Total Ponderado</b>	<b>100%</b>		<b>8,1</b>
<b>Observaciones:</b> Se han tenido 4 incidencias durante el tercer trimestre y el tiempo de respuesta ha sido muy lento.			
<b>Proveedor aprobado:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No			
Recomendaciones para la mejora: Se recomienda mejorar los tiempos de respuesta para el siguiente periodo (Si aplica, sugerir áreas de mejora para el proveedor.)			
Próxima evaluación programada para 10-dic-24			
Acciones correctivas a implementar: Capacitar a la persona encargada del telefono 24 horas para que este en capacidad de dar respuesta oportuna (Si aplica, detallar acciones a tomar por parte del proveedor o de la agencia.)			

FORMATO DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES			
Nombre del proveedor:	CIC Colombia		
Servicio proporcionado:	Circuitos en America y Caribe		
Fecha de evaluación:	10-sep-24		
Evaluador:	Luis Fernando Mesa		
Periodo evaluado:	Tercer Trimestre 2024		
<b>Información General del Proveedor</b>			
Razón Social:	CIC S.A		
Contacto principal:	Alejandra Rojas		
Teléfono:	320-688-7265		
Correo electrónico:	<a href="mailto:gerencia@cicolombia.com">gerencia@cicolombia.com</a>		
Ubicación:	Medellin		
<b>Criterios de Evaluación</b>			
criterio	Ponderación (%)	Calificación (1-10)	Ponderado
Calidad del servicio	25%	10	2,5
Cumplimiento de tiempos y plazos	20%	10	2,0
Disponibilidad y flexibilidad	15%	9	1,4
Relación costo-beneficio	15%	10	1,5
Atención y soporte al cliente	10%	10	1,0
Cumplimiento de requisitos legales	10%	10	1,0
Capacidad de respuesta ante	5%	10	0,5
<b>Total Ponderado</b>	<b>100%</b>		<b>9,9</b>
<b>Observaciones:</b>			
<p><b>Proveedor aprobado:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p> <p>Recomendaciones para la mejora: Se recomienda ser mas flexibles con cambios en casos especiales. (Si aplica, sugerir áreas de mejora para el proveedor.)</p> <p>Próxima evaluación programada para 10-dic-24</p> <p>Acciones correctivas a implementar:</p> <p>(Si aplica, detallar acciones a tomar por parte del proveedor o de la agencia.)</p>			

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTION DE RESERVAS</b>	Código: PR01
		Versión: 1
		Fecha: 12-09-2024
		Página 1 de 4

## **Documentación del Procedimiento Parea la Gestión de Reservas (Numeral 8)**

### **Objetivo**

Garantizar la gestión eficiente, correcta y oportuna de las reservas de viaje, desde la recepción de la solicitud hasta la entrega de los boletos, asegurando la satisfacción del cliente mediante la verificación de la información suministrada y digitada en el sistema de gestión de reservas para evitar errores que dañan la imagen de la compañía y que generan pérdidas económicas.

### **Alcance**

Este procedimiento aplica para la empresa Viajes Agentur en la ciudad de Manizales y a todas las actividades relacionadas con la gestión de reservas realizadas en la agencia, abarcando desde la recepción de solicitudes de los clientes a través de diversos canales (en línea, teléfono o presencial), hasta la emisión y entrega de boletos y documentos de viaje. Incluye la verificación de disponibilidad con proveedores, la confirmación de reservas, la emisión de boletos, la entrega de documentos en formato físico o digital y el seguimiento post-venta para garantizar que los clientes reciban los servicios reservados conforme a los términos establecidos. Este procedimiento es aplicable a todos los empleados involucrados en la gestión de reservas y emisión de

boletos, así como a los proveedores de servicios de transporte, alojamiento y otros servicios relacionados con los viajes.

### **Definiciones**

**Boleto de Viaje:** Documento físico o digital que confirma la reserva y pago de un servicio de transporte (aéreo, terrestre o marítimo), y que contiene información detallada sobre el viaje como fechas, horarios y condiciones.

**Emisión de Boletos:** Proceso de generación y entrega del documento que confirma la compra y reserva del servicio de transporte o alojamiento, de acuerdo con los términos pactados entre el cliente y la agencia.

**Seguimiento Post-venta:** Actividad realizada por la agencia de viajes para verificar que el cliente ha recibido los servicios adquiridos de acuerdo con las condiciones pactadas, y para atender cualquier necesidad o problema que surja después de la compra.

### **Condiciones Generales**

Tarifas no reembolsables, no permiten cambio de nombre, permiten cambios 24 horas antes de la salida pagando penalidad y diferencia, después de la salida no permite cambios.

## Procedimiento

**Tabla 5**

Descripción del procedimiento para la gestión de reservas.

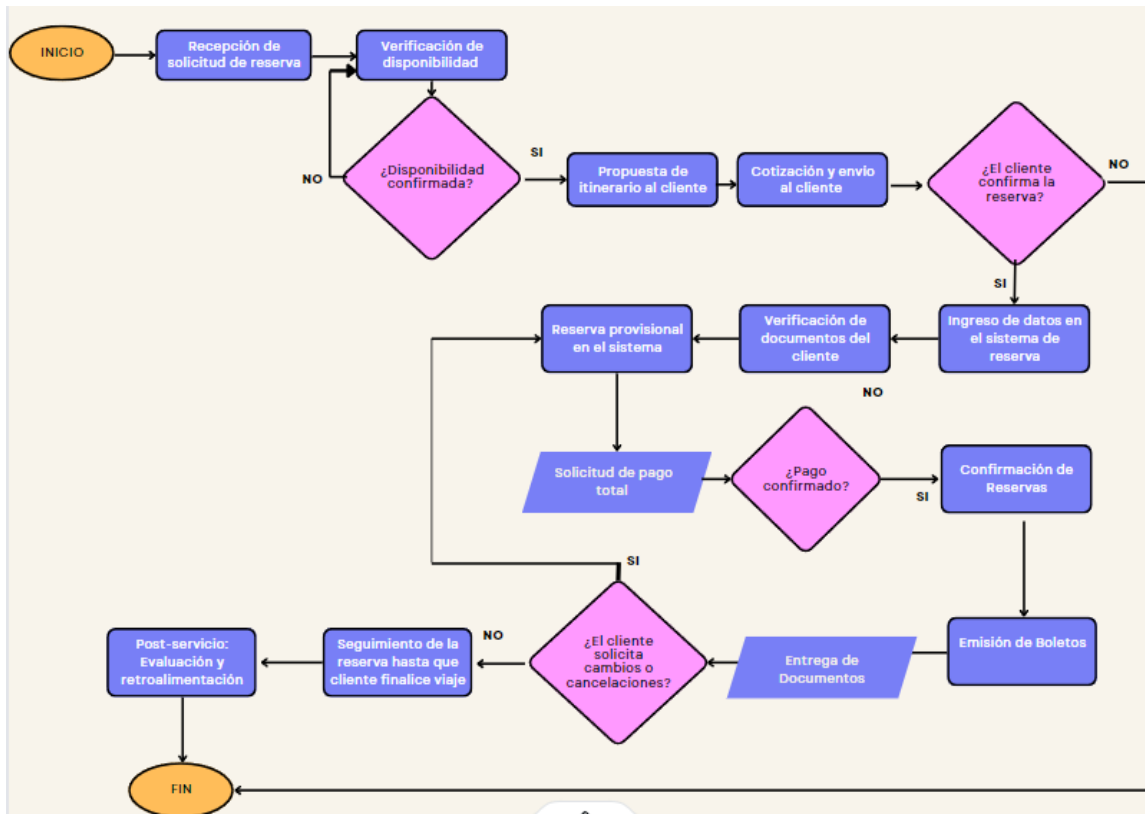
	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DOCUMENTO/ REGISTRO</b>
1	<b>Recepción de Solicitudes</b>	Recepción de solicitudes de viaje a través de diversos canales (en línea, teléfono, en persona).	Asesor Comercial	Formato de solicitud de reserva
2	<b>Verificación de Disponibilidad</b>	Comprobación de disponibilidad de vuelos, hoteles y otros servicios necesarios.	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS
3	<b>Propuesta de itinerario al cliente</b>	Se elabora un itinerario preliminar que incluye las opciones disponibles según la solicitud del cliente, tarifas y condiciones.	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS
4	<b>Cotización y envío al cliente</b>	Se genera una cotización formal con las condiciones, costos y plazos de pago, que se envía al cliente para su revisión y aprobación.	Asesor Comercial	Formato elaboración cotizaciones
5	<b>Confirmación del cliente</b>	El cliente confirma su interés en realizar la reserva de acuerdo con las opciones presentadas en la cotización.	Cliente	Correo electrónico
6	<b>Ingreso de datos en el sistema de reservas</b>	Se registran los datos del cliente y del servicio solicitado (vuelos, hotel, etc.) en el sistema de gestión de reservas.	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS
7	<b>Verificación de documentos del cliente</b>	Se verifica que el cliente cuente con la documentación necesaria (pasaporte, visas, seguros, etc.) para la reserva y el viaje.	Asesor Comercial	Lista de verificación de documentos
8	<b>Reserva provisional en el sistema</b>	Se bloquea temporalmente la reserva para evitar que otra persona ocupe los cupos	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS

		disponibles mientras se gestiona el pago.		
<b>9</b>	<b>Solicitud de pago total</b>	Se informa al cliente sobre las opciones de pago (anticipo o pago completo) y se gestiona el cobro mediante las plataformas disponibles.	Asesor Comercial	Factura proforma
<b>10</b>	<b>Confirmación de Reservas</b>	Confirmación de la disponibilidad y términos con proveedores y confirmación con el cliente.	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS
<b>11</b>	<b>Emisión de Boletos</b>	Generación y emisión de boletos y otros documentos de viaje.	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS
<b>12</b>	<b>Entrega de Documentos</b>	Entrega de boletos y documentos de viaje al cliente, ya sea en formato físico o digital.	Asesor Comercial	Formato misión de boletos
<b>13</b>	<b>Gestión de cambios y cancelaciones</b>	Se gestionan solicitudes de modificación o cancelación de la reserva, aplicando las políticas de penalización y reembolso de los proveedores.	Asesor Comercial	Sistema distribución GDS
<b>14</b>	<b>Seguimiento de la reserva hasta que cliente finalice viaje</b>	Se verifica en el sistema de colas del GDS si se tiene algún cambio de itinerario en la reserva	Asesor comercial	Sistema distribución GDS
<b>15</b>	<b>Post-servicio: Evaluación y retroalimentación</b>	Después del viaje, se contacta al cliente para recibir retroalimentación sobre el servicio y la experiencia general.	Asesor Comercial	Formulario de satisfacción

## Diagrama de Flujo

Figura 5

Diagrama de flujo del proceso evaluado



Nota. Elaboración Propia

## Control de Cambios

RELACION DE CAMBIOS					
Fecha	Versión	Descripción	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por
13-09-2024	01	Creación de documento	Luis Fernando Mesa	Cristina Londoño	Carlos Montoya

<b>ELABORADO POR: Luis Fernando Mesa</b>	<b>REVISADO POR: Cristina Londoño</b>	<b>APROBADO POR: Carlos Montoya</b>
FECHA: 13-09-2024	FECHA: 14-09-2024	FECHA: 15-09-2024

## Salidas no Conformes SNC (Numeral 8.7)

**Tabla 6**

Matriz de salidas no conformes

Salida no conforme en la adaptación de los servicios a las necesidades del cliente				
ID	Descripción	Impacto	Causa raíz	Acción correctiva
SNC 01	El producto o servicio diseñado no cumple con las especificaciones o expectativas del cliente, como un paquete turístico que no cubre los destinos solicitados o no incluye actividades clave	El cliente percibe que sus expectativas no se cumplieron, lo que puede resultar en la pérdida de confianza y posibles reclamaciones.	Falta de una adecuada recopilación de requisitos y comunicación interna entre los responsables de diseño y ventas.	Implementar una mejora en los procedimientos de recolección de requisitos, asegurando que se realicen reuniones de revisión con el cliente y que la documentación de los requisitos sea precisa y detallada.

	que el cliente había pedido.			
<b>Salida no conforme en la validación de los itinerarios de viaje personalizados</b>				
SNC 02	Tras desarrollar un paquete de viaje personalizado para un cliente, los itinerarios no son validados correctamente con los proveedores (aerolíneas, hoteles, transportes), lo que genera discrepancias en las fechas o servicios.	El cliente recibe información errónea sobre las fechas de vuelos o reservas de hotel, lo que afecta gravemente su experiencia.	Falta de un procedimiento adecuado de revisión y verificación final de itinerarios antes de presentarlos al cliente.	Establecer un proceso de revisión exhaustivo en el que tanto los proveedores como el equipo interno de la agencia confirmen cada itinerario y servicio antes de la entrega final al cliente.

## Numeral 9: Evaluación del Desempeño

### Indicador de Cumplimiento de Requisitos del Cliente (Numeral 9.1)

**Tabla 7**

Ficha técnica de indicadores

Ficha técnica de indicadores			
Objetivo: Garantizar que los productos y servicios diseñados cumplan con los requisitos y expectativas del cliente desde el inicio.		Fuente de información: Encuestas de satisfacción del cliente, órdenes de trabajo, documentos de diseño y especificaciones iniciales.	
Nombre del indicador: Cumplimiento de Requisitos del Cliente (%).		Frecuencia toma de datos: Mensual	
Procedimiento de cálculo: (Número de productos y servicios que cumplen con los requisitos/Numero total de productos y servicios diseñados) x 100		Frecuencia de análisis: Mensual	
Unidad: Porcentaje	Sentido: Ascendente	Valor de potencialidad: ≥ 95%	Valor de actualidad: A determinar tras la primera medición.
Responsable del análisis: director de calidad		Responsable de la toma de datos: Coordinador de Diseño de Productos.	

## Indicador de Tasa de No Conformidades en Productos Diseñados

**Tabla 8**

Ficha técnica de indicadores

Ficha técnica de indicadores			
Objetivo: Identificar y reducir las no conformidades en los productos diseñados para asegurar la calidad final.		Fuente de información: Informes de auditoría, registros de no conformidades, resultados de inspecciones.	
Nombre del indicador: Tasa de No Conformidades en Productos Diseñados		Frecuencia toma de datos: Mensual	
Procedimiento de cálculo: (Número de productos diseñados con no conformidades/Número total de productos diseñados) x100		Frecuencia de análisis: Mensual	
Unidad: Porcentaje (%)	Sentido: descendente	Valor de potencialidad: ≤ 2%.	Valor de actualidad: A determinar tras la primera medición.
Responsable del análisis: Responsable de Calidad		Responsable de la toma de datos: Auditor de Calidad Interno	

## Plan de Auditorías Internas (Numeral 9.2)

### Figura 6

#### Plan de auditorias internas al sistema de gestión

<b>PLAN DE AUDITORÍAS INTERNAS AL SISTEMA DE GESTIÓN</b>						
<small>PR01 / Versión 1 Vigente desde 12-09-2024 / Pagina 1 de 1</small>						
Objetivo:	Verificar la conformidad y eficacia del Sistema de Gestión para asegurar que la Empresa Viajes Agentur cumple los requisitos legales, reglamentarios y contractuales aplicables en el alcance del sistema de gestión					
Alcance:	Se registra la ciudad de Pereira					
Criterios:	Norma ISO 9001:2015, Requisitos Legales, Partes Interesadas y Requisitos de la Agencia					
Auditor Líder	Luis Fernando Mesa					
Equipo Auditor	Carlos Giraldo					
Reunión de apertura (14-09-2024, 11:00, Oficina de reservas)						
Reunión de Cierre (14-09-2024, 18:00, Oficina de reservas)						
Fecha	Hora	Lugar	Proceso /Subproceso o Actividad	Requisito	Auditado(s)	Auditor (es)
14-sep-24	12:00 PM	Oficina reservas	Recepción de Solicitudes	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
14-sep-24	1:00 PM	Oficina reservas	Verificación de Disponibilidad	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
14-sep-24	2:00 PM	Oficina reservas	Confirmación de Reservas	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
14-sep-24	3:00 PM	Oficina reservas	Procedimiento para la gestion de reservas	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
14-sep-24	4:00 PM	Oficina reservas	Emisión de Boletos	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
14-sep-24	5:00 PM	Oficina reservas	Entrega de Documentos	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
14-sep-24	6:00 PM	Oficina reservas	Seguimiento Post-venta	4.4; 6.1; 6.3; 7.1.4; 7.1.6; 7.5; 8.1; 8.2; 8.5; 8.6; 8.7; 9.1; 10	Humberto Rojas	Carlos Giraldo
Observaciones:	<p>1. La alta dirección se compromete en asignar los recursos necesarios para el desarrollo de la auditoría.</p> <p>2. Cualquier modificación a este plan de auditoría será tenido en cuenta hasta la reunión de apertura, previa autorización por parte de la alta dirección.</p> <p>3. Pueden auditarse otras personas no listadas en el Plan de Auditoría, pero con responsabilidades en los procesos.</p> <p>Recuerda que los requisitos ISO 9001:2015 citados, pueden incluir varios, por ejemplo: 10.1, 10.2 y 10.3 para 10. 4. Las Auditorías se realizarán virtualmente y se darán las indicaciones a seguir y metodología para la entrega de evidencias.</p>					
Elabora Auditor Líder Luis Fernando Mesa 12-09-2024 14:00;						
Aprueba Representante de la Dirección (Firma y Fecha):			Cristina Londoño 12-09-2024 14:00			

## Numeral 10: Mejora

### No conformidad y Acciones Correctivas (Numeral 10.2)

#### Figura 7

#### Plan de auditorías internas al sistema de gestión

REGISTRO DE ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS		Codigo: R-047 Version : 03
FECHA: 14/09/2024	SUCURSAL: CABLE	Nro. de solicitud: 1
TIPO DE ACCION (Marque con una X):	<input checked="" type="checkbox"/> CORRECTIVA <input type="checkbox"/> PREVENTIVA	
IDENTIFICACION DE LA FUENTE DE LA NO CONFORMIDAD		
FUENTES (Marque con una X)	<input checked="" type="checkbox"/> Indicadores de gestion <input type="checkbox"/> Auditorias internas <input type="checkbox"/> Quejas reiterativas de los clientes. <input type="checkbox"/> Encuestas de satisfaccion <input type="checkbox"/> Otras Cual? _____	En el caso de Auditorias de calidad indicar el numeral de la norma aplicado. En Indicadores de Gestión indicar el resultado Resultado obtenido: Numeral de la norma <input type="text" value="8.1"/> Meta: <input type="text"/> Meno <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/>
	<b>DESCRIPCION DE LA NO CONFORMIDAD</b>	
MARQUE CON UNA X: <input type="checkbox"/> REAL <input checked="" type="checkbox"/> POTENCIAL		
Se detectó que las modificaciones realizadas durante el proceso de diseño no se documentan adecuadamente. Esto ha generado confusión en la comunicación con los proveedores y clientes, y un aumento en la tasa de reprocesos.		
<b>REPORTADA POR:</b>		Luis Fernando Mesa
ANALISIS DE CAUSAS		
¿Por qué los cambios en el proceso de diseño no se documentan adecuadamente? Porque los colaboradores no tienen una herramienta o formato estándar para registrar los cambios. ¿Por qué no se dispone de una herramienta estándar para registrar los cambios? Porque no se ha implementado un sistema formal de gestión de cambios dentro del proceso de diseño. ¿Por qué no se ha implementado un sistema formal de gestión de cambios? Porque no se ha considerado prioritario, ya que los cambios suelen comunicarse verbalmente entre los equipos.		
PLAN DE ACCION		
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHA
Desarrollar e implementar un sistema formal de gestión de cambios, incluyendo un formato estandarizado para documentar cualquier modificación durante el proceso de diseño. Realizar capacitación para que todos los colaboradores utilicen esta herramienta.	Gerente de operaciones	14/10/2024
Desarrollo del formato de registro de cambios, sistema de seguimiento, capacitación al equipo.	Gerente de operaciones	14/10/2024
VERIFICACION DE LAS ACCIONES IMPLEMENTADAS		
SEGUIMIENTO		FECHA
Se verificar la utilización del formato estandarizado con evidencias de aplicación del formato, registros documentados y firmados		14/11/2024
Se evidencia desarrollo de formato de registro de cambios, sistema de seguimiento y capacitación al equipo.		14/11/2024
CIERRE DE LA NO CONFORMIDAD		
14/11/2024 FECHA	Luis Fernando Mesa NOMBRE DEL AUDITOR	Luis Mesa FIRMA

Figura 8

## Plan de auditorías internas al sistema de gestión

REGISTRO DE ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS		Codigo: R-047 Version : 03
FECHA:	14/09/2024	SUCURSAL: <span style="text-align: center;">CABLE</span>
		Nro. de solicitud: <span style="text-align: center;">2</span>
TIPO DE ACCION (Marque con una X):	<input checked="" type="checkbox"/> CORRECTIVA <input type="checkbox"/> PREVENTIVA	
<b>IDENTIFICACION DE LA FUENTE DE LA NO CONFORMIDAD</b>		
<b>FUENTES</b> (Marque con una X)	<input type="checkbox"/> Indicadores de gestion <input checked="" type="checkbox"/> Auditorias internas <input type="checkbox"/> Quejas reiterativas de los clientes. <input type="checkbox"/> Encuestas de satisfaccion <input type="checkbox"/> Otras Cual? <input type="text"/>	<small>En el caso de Auditorias de calidad indicar el numeral de la norma aplicado. En Indicadores de Gestión indicar el resultado</small> Resultado obtenido: <input type="text"/> Meta: <input type="text"/> Numeral de la norma <input type="text"/> 8.1 Meno <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/>
	<b>DESCRIPCION DE LA NO CONFORMIDAD</b>	
MARQUE CON UNA X: <input type="checkbox"/> REAL <input checked="" type="checkbox"/> POTENCIAL		
En la auditoría se detectó que no hay un proceso formal para verificar y validar los productos y servicios diseñados antes de su entrega al cliente. Los paquetes de viaje se envían sin confirmación de cumplimiento con los requisitos iniciales acordados con el cliente.		
<b>REPORTADA POR:</b>		Luis Fernando Mesa
<b>ANALISIS DE CAUSAS</b>		
¿Por qué los productos no se verifican formalmente antes de su entrega? Porque no existe un proceso establecido o documentado para la revisión final de los productos. ¿Por qué no existe un proceso de revisión documentado? Porque la organización ha priorizado la entrega rápida de los productos sobre los controles de calidad. ¿Por qué se prioriza la rapidez sobre los controles de calidad? Porque no se ha percibido la importancia de formalizar y estandarizar los controles, confiando en la experiencia de los colaboradores sin procesos definidos.		
<b>PLAN DE ACCION</b>		
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>FECHA</b>
Desarrollar y documentar un procedimiento formal para la revisión y verificación de los productos diseñados antes de su entrega al cliente, alineado con los requisitos definidos en la fase inicial.	Director de calidad	14/10/2024
<b>VERIFICACION DE LAS ACCIONES IMPLEMENTADAS</b>		
<b>SEGUIMIENTO</b>		<b>FECHA</b>
Se evidencia que ya se tiene documentado un procedimiento para la verificación de los los productos diseñados asntes de la entrega al cliente		14/11/2024
<b>CIERRE DE LA NO CONFORMIDAD</b>		
14/11/2024 FECHA	Luis Fernando Mesa NOMBRE DEL AUDITOR	Luis Mesa FIRMA

## **Conclusiones**

El cumplimiento con la norma ISO 9001:2015 y la demostración de un enfoque riguroso en la calidad permiten que viajes Agentur se posicione como una empresa comprometida con los más altos estándares internacionales. Esto incrementa su competitividad en el mercado turístico, diferenciándola de otras agencias que no cuentan con un sistema formal de gestión de calidad.

La reputación de ser una agencia que sigue las mejores prácticas reconocidas globalmente no solo atrae más clientes, sino también alianzas estratégicas con otras agencias e instituciones de turismo.

Este enfoque en la calidad y en la mejora continua permite a viajes Agentur proyectarse como una agencia líder en el mercado, lo que ayuda al crecimiento sostenido y reconocimiento.

Esta estandarización no solo mejora la eficiencia operativa; sino también mejora la calidad en el servicio y satisfacción del cliente, lo que conlleva a fortalecer su reputación y sostenibilidad a largo plazo.

### **Referencias**

*Sistema de Gestion de la Calidad.* (14 de 09 de 2024). Obtenido de Sistema de Gestion de la Calidad: <https://www.iso.org/obp/ui>

*Sistemas de la Gestion de la Calidad en Agencias de Viajes.* (13 de 09 de 2024).

Obtenido de Sistemas de la Gestion de la Calidad en Agencias de Viajes:

<https://www.ceupe.com/blog/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-total-en-agencias-de-viajes.html>