

**DESARROLLO DE LOS NUMERALES CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN Y  
LIDERAZGO, ESTABLECIDOS EN LA NORMA NTC-ISO 9001:2015 PARA LA  
AGENCIA TURISMO POSITIVO UBICADA EN LA CIUDAD DE MANIZALES**

**PRESENTADO POR:**

**EVELYN YEPES LÓPEZ**

**LAURA NIÑO PACHECO**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA CALIDAD**

**MANIZALES**

**JUNIO DE 2.019**

**Desarrollo de los numerales Contexto de la organización y Liderazgo, establecidos en la  
Norma NTC-ISO 9001:2015 para la agencia Turismo Positivo ubicada en la ciudad de  
Manizales**

**Presentado por:**

**Evelyn Yepes López**

**Laura Niño Pacheco**

**Trabajo de Grado como requisito para optar al título de:  
Especialista de Gerencia de calidad.**

**Docentes:**

**Jhon Jairo Ángel Hernández**

**Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA CALIDAD  
MANIZALES, JUNIO DE 2.019**



## TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
3.	ANTECEDENTES.....	5
4.	JUSTIFICACIÓN.....	9
5.	OBJETIVOS.....	11
5.1.	Objetivo General.....	11
5.2.	Objetivos Específicos.....	11
6.	IMPACTO SOCIAL.....	12
7.	REFERENTES TEORICOS.....	14
7.1.	Historia Norma ISO 9001:2015.....	14
7.2.	La organización y generalidades, Turismo Positivo Colombia.....	20
7.3.	Planes ofrecidos.....	22
8.	TURISMO POSITIVO Y TEORÍA DEL BUEN VIVIR.....	27
9.	METODOLOGÍA.....	30
9.1.	Diseño metodológico.....	30
9.1.1.	Tipo de investigación.....	30
9.1.2.	Técnicas de levantamiento de información.....	32
9.1.3.	Unidades de observación y muestra.....	32
10.	CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN.....	33
10.1.	Comprensión de la organización y de su contexto.....	33
10.2.	Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas.....	33
10.3.	Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad.....	34
10.4.	Sistema de gestión de la calidad y sus procesos.....	35
11.	LIDERAZGO.....	42
11.1.	Generalidades.....	42
11.1.1.	Liderazgo y compromiso.....	42
11.1.2.	Enfoque al cliente.....	43
11.2.	Política.....	44
11.2.1.	Establecimiento de la política de calidad.....	44
11.2.1.1.	Política de calidad de Turismo Positivo Colombia.....	44

11.2.2.	Comunicación de la política de la calidad .....	45
11.3.	Roles, responsabilidades y autoridades en la organización.....	46
12.	INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD .....	47
13.	ACCIONES DE MEJORA .....	48
14.	CONCLUSIONES .....	50
15.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	51
16.	ANEXOS .....	53

## 1. INTRODUCCIÓN

Las compañías en la actualidad, buscan ser reconocidas, no solo por su enfoque productivo o comercial sino, por su competitividad en el mercado, a esto se le suma las prácticas internas de calidad, compromiso e innovación, como también su participación en responsabilidad social y ambiental para el entorno.

Es por esta razón que se busca con este trabajo plantear la formulación de los numerales Contexto de la Organización y Liderazgo del Sistema de Gestión de Calidad para la Agencia de viajes Turismo Positivo; ya que, debido a su objetivo de servicio, debe buscar estrategias competitivas que permitan fortalecer las actividades y procesos establecidos que requieren de mayor eficiencia y desempeño de la gestión, así mismo lograr un posicionamiento acorde al sector turístico de la ciudad de Manizales.

Basado en la norma NTC-ISO 9001:2015, se analizaron los numerales Contexto de la Organización y Liderazgo para determinar el alcance y cumplimiento de los objetivos y requisitos legales con los que actualmente cuenta la agencia, de esta manera buscar los aspectos que permitan optimizar y garantizar un adecuado servicio a través del sistema de gestión.

Si bien el sector turístico en Colombia, está reglamentado por las Normas Técnicas Sectoriales, que pretenden que este sector ofrezca un servicio de calidad y sostenible, para Turismo Positivo Colombia, es imprescindible buscar en su futuro mediano la certificación en la Norma ISO 9001:2015, toda vez que más del 90% de sus servicios son adquiridos por extranjeros y por tanto su portafolio de servicios debe estar acorde con las exigencias internacionales buscando ser competitivos no sólo a nivel local sino mucho más a nivel internacional, teniendo en cuenta que para competir en el exterior, estar certificado en la ISO es básicamente una requisito indispensable.

Con esta propuesta de trabajo de grado se busca obtener beneficios del sistema de Gestión, que permitan mejorar el direccionamiento estratégico de la agencia, promoviendo la mejora continua, la satisfacción de los clientes y un enfoque basado en el cliente para los actuales y potenciales.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La agencia de viajes Turismo Positivo, está consolidada desde el año 2013, y tiene como objetivo ofrecer servicios de planes turísticos a diferentes regiones del país, desde la ciudad de Manizales, donde se encuentra actualmente la sede física de atención al cliente.

Actualmente la agencia, presenta falencias en sus procesos ya que no existe un análisis detallado de las necesidades y expectativas de las partes interesadas con enfoque al cliente, que le permita generar oportunidades en el contexto organizacional, estructura interna y direccionamiento estratégico, así mismo en el contexto externo, que permitan ampliar el portafolio de servicios, acordes las necesidades y expectativas del mercado.

Turismo Positivo Colombia, ha quedado rezagado en sus inicios, por tanto ha descuidado de manera significativa las exigencias que presenta el sector turístico y ha olvidado que competir en un mercado globalizado, implica estar a la vanguardia de lo que reclama el mundo competitivo y los clientes, ya no solo basta con cumplir con la razón de ser del negocio, además de ello se requiere cumplir con los requisitos técnicos, ambientales y normativos que son establecidos por los organismos locales e internacionales, pues de ello dependerá que la organización sobreviva y sea competitiva, pero además se convierte en una limitante que es vista en la actualidad de manera negativa por los propios clientes, que están cada vez más informados y buscan excelencia en su servicio.

Estas condiciones generan a la agencia un retraso de actividades comerciales, ya que la competencia actualmente, aplica metodologías enfocadas a la cadena de suministro comercial del sector turístico, estableciendo procesos eficientes que le permiten la fidelización y satisfacción de los clientes. (entornoturistico, 2019).



Los mercados actuales son exigentes y cambiantes, lo que en la industria del turismo se hace más evidente gracias a las nuevas tendencias que buscan costos más bajos, experiencias para compartir y turismo más sostenible, entre otros; los viajeros buscan satisfacción, momentos inolvidables, descanso, diversión y felicidad al adquirir servicios turísticos; por tal razón la Agencia de viajes Turismo Positivo, debe crear estrategias diferenciadoras para lograr su competitividad y calidad en sus servicios.

### 3. ANTECEDENTES

El turismo surge a partir de la Revolución industrial como una actividad económica, donde el progreso de la burguesía se posiciona como la clase social dominante la cual disponía de recursos económicos y tiempo libre para viajar. El turismo desde sus inicios tuvo la finalidad de propiciar el descanso, fomentar la cultura, permitir negocios o el encuentro de familias. (Dalles, 2012).

En Colombia el turismo inició desde el año 1954 con la creación de la empresa hotelera ACOTEL, ubicada en la ciudad de Barranquilla, en el año 1955 se formó la asociación de líneas aéreas internacionales en Colombia llamadas ALAICO, en el año 1957 se creó la empresa colombiana de turismo, creada por el gobierno según decreto 0272, en el año 1957 se creó la primera cadena de restaurantes ACOGRAN actualmente Asociación colombiana de la industria Gastronómica ACODRES, para el año 1959 se creó el instituto de cultura y turismo de Bogotá, hoy instituto distrital de cultura y turismo, para ese mismo año se inauguró el Aeropuerto El Dorado. En el año 1996 nace la ley 300 que indica que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país. Para el año 2006 se creó el viceministerio de turismo. En la actualidad Colombia es uno de los destinos turísticos más atractivos a nivel internacional. (Serrano, 2016).

El turismo representa a todas luces en el contexto mundial un renglón importante de la economía, se ha convertido en uno de los más importantes sectores a nivel mundial y genera un significativo impacto positivo en los países turísticos, así lo señala Brida, Monterubbianesi y Zapata-Aguirre (2011):

Entre sus principales impactos positivos encontramos los relacionados con el ingreso por divisas, la contribución al ingreso privado y público, la generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías y a la formación de capital humano y las

oportunidades de negocio que puede generar en una economía. Estos beneficios han llevado a este sector económico a ganarse un puesto protagónico en el ámbito mundial y desplazar a sectores tradicionales en diversos destinos (p.76).

Es tan relevante el impacto del sector turístico en la economía mundial, que ha permeado repercutido sus efectos en otros aspectos del mundo, a lo que Uribe y Gaitán (2013) señalan:

Tan solo en 2008 las exportaciones de servicios turísticos, incluido el transporte de viajeros, ascendieron a \$1.1 billones de dólares representando el 30% de las exportaciones mundiales de servicios, y 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios. En el 2006, el número total de turistas internacionales a todos los destinos ascendió a 842 millones de personas llegando a su punto máximo registrado. Para el 2020, la Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé que el número se duplique llegando a los 1,6 billones y se estima que la mayoría de estos turistas escogerán como destino los mercados en desarrollo. Las tres primeras regiones receptoras serán Europa (717 millones de turistas), Asia Oriental y el Pacífico (397 millones) y América (282 millones), seguida por África, Oriente Medio y Asia del Sur (p.85).

Ahora bien, a nivel nacional, Colombia es uno de los países donde mayor crecimiento ha tenido este sector, que además se ha visto favorecido a partir del acuerdo de paz, convirtiéndose en un país seguro para la inversión extranjera, causando confianza para los turistas del exterior, atraídos por los paisajes y destinos colombianos, uno de los más apetecidos en el exterior.

En consecuencia, el turismo en Colombia, ha generado empleo, presenta cifras de crecimiento económico y sin dudar es promotor de desarrollo a nivel nacional y específicamente en los mayores destinos turísticos del país.

Las cifras de la Organización Mundial del Comercio (OMT) para los principales países de Latinoamérica muestran que entre los 10 primeros países receptores Colombia ocupa el puesto 8 con 2,6% del total de turistas, y registra una de las más altas tasas de crecimiento promedio anual (11,7%) en comparación con el resto de sus competidores. Razón de esto son las ventajas específicas de la ubicación de Colombia, al ser un país multi-destino, que tiene océano Pacífico, mar Caribe, montañas andinas, región amazónica, turismo étnico, turismo de naturaleza, turismo de aventura, moda, negocios, y hasta turismo médico (Uribe y Gaitán, 2013, p.87).

En lo que respecta al impacto del turismo en la región cafetera, este se dio principalmente en sus inicios, porque la región se daba a conocer en el exterior por su producción de café, producto insignia de la región y por sus paisajes biodiversos y enriquecidos; sin embargo cuando el sector cafetero entró en crisis, las personas dedicadas a la producción de este fruto, encontraron en el turismo una solución al declive del café, incentivando el turismo para buscar otras formas de ingreso, mencionan Gómez, Restrepo y González (2004)

Bajo este contexto, el rompimiento del pacto de cuotas del mercado internacional cafetero en 1989, propició la reducción de las cotizaciones del grano, causando un retroceso del precio interno y por ende el debilitamiento de los ingresos del gremio; esta coyuntura obligó, en muchos casos, al abandono de las áreas productivas ante los altos costos de sostenimiento. El anterior panorama condujo a los caficultores a la identificación de fuentes complementarias de ingresos, convirtiendo al turismo en un renglón importante para la economía regional, inicialmente a través del turismo rural y el agroturismo (p.3)

Así las cosas y siendo notable la proyección de crecimiento que presentaba el turismo en Colombia, la Agencia de viajes Turismo Positivo, inició sus actividades en el año 2013, ofreciendo

servicios de turismo al parque natural de los nevados, el zoológico Matecaña y termales de Santa Rosa, poco a poco fue ampliando el portafolio de sus servicios, extendiendo planes turísticos en el Quindío y sus atracciones como el parque del Café y Panaca, así fue consolidándose con vinculaciones hoteleras, donde se ofrecieron los servicios para vincular paquetes de viajes completos, tanto terrestres como aéreos, desde otras ciudades de Colombia al eje cafetero y promoviendo viajes al interior del país y amazonia.

El objetivo de la compañía es crecer representativamente, en sus servicios garantizando confort, responsabilidad en los planes ofrecidos, satisfacción para los clientes y calidad en toda su cadena de gestión turística, además brindar como valor agregado, espacios de tranquilidad, relajación, y meditación.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

El propósito de establecer para la Agencia de viajes Turismo positivo los numerales cuatro y cinco de la Norma ISO 9001:2015, contexto de la organización y el componente de liderazgo, es determinar las bases para iniciar el proceso de implementación de la Norma ISO 9001:2015, buscando que la empresa trabaje de forma coordinada en la ejecución de acciones correctivas y preventivas, herramientas de planificación y control, satisfacción de clientes y partes interesadas, así mismo se busca el compromiso de todos los empleados y directivos, con el fin de que contribuyan a la eficacia del sistema de gestión y al cumplimiento de los objetivos y metas de la organización.

En la actualidad, una organización que no trabaje hacia la construcción de un sistema de gestión de calidad, cae en el grave error de la inoperancia y queda además rezagada frente a los requerimientos que exige el mercado laboral; pues no sólo es una garantía para el cliente el acceder a los servicios de una empresa que implemente y se certifique en el sistema de gestión de calidad, sino que aunado a ello, trae una serie de beneficios significativos a la organización, que finalmente se verán reflejados en la calidad de prestación del servicio e incluso en la reducción de costos pues se genera eficiencia en los procesos.

Ahora bien, no se puede desconocer, que una empresa que no conoce sus riesgos y oportunidades, está destinada al fracaso, pues sus objetivos y las grandes oportunidades de crecimiento y competitividad, serán terreno desconocido e inexplorado. Es por ello que se busca desarrollar para la Agencia de Viajes Turismo Positivo, los numerales de contexto de la organización y de liderazgo de un sistema de gestión de calidad ISO 9001, donde claramente se

pueda llevar a cabo de forma sistematizada y controlada los procesos, de una manera consecuente para el logro de los objetivos organizacionales.

Se busca por tanto, establecer para la empresa Turismo Positivo los numerales cuatro y cinco de la Norma ISO 9001:2015, contexto de la organización y liderazgo, que permitan en el futuro mediano, implementar la Norma de manera completa, obteniendo que se haga énfasis en el análisis de riesgos y oportunidades, se estructure la ejecución de acciones preventivas y correctivas y se tengan herramientas de planificación y control que permitan optimizar y mejorar los procesos, entregando un excelente servicio a los clientes y demás partes interesadas. Además de despertar el compromiso de los colaboradores y directivos de Turismo Positivo, con el fin de que el trabajo en equipo contribuya a la eficiencia del Sistema de Gestión de Calidad y al logro de los objetivos organizacionales.

## 5. OBJETIVOS

### 5.1. Objetivo General

Desarrollar para la Agencia Turismo Positivo los numerales de la Norma NTC-ISO 9001:2015, referentes al contexto de la organización y liderazgo, que permita identificar la estructura de la organización y mejorar el enfoque al cliente, a fin de optimizar las actividades internas de los procesos organizacionales.

### 5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el contexto actual de la empresa Turismo Positivo, planteando la matriz DOFA donde se identifique debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas determinando el alcance de los procesos que requieren un mayor enfoque dentro del sistema de gestión de calidad.
- Diseñar para la empresa Turismo Positivo, el análisis del entorno y requerimientos de las partes interesadas, para establecer mejoras que fortalezcan la estructura organizacional y la satisfacción de los clientes.
- Identificar las fortalezas y amenazas que tiene actualmente la empresa turismo Positivo a través de la matriz PESTEL y plantear una solución a través de los numerales cuatro y cinco de la Norma NTC ISO 9001:2015, referentes a contexto de la organización y liderazgo.
- Estructurar el alcance de los numerales de la norma NTC ISO 9001:2015. Referentes al contexto de la organización y liderazgo, implementando acciones de mejora a los procesos asociados.



## 6. IMPACTO SOCIAL

Los sistemas de gestión de calidad nacen con la búsqueda constante de la mejora continua, de hacer frente a los mercados cambiantes y competitivos, que a su vez buscan ser rentables y sostenibles de una manera eficiente

Los sistemas de gestión de calidad se han convertido en los aliados de la competitividad, proporcionan a las organizaciones un punto de partida para la investigación y el desarrollo que permiten seguir mejorando los procesos, sin embargo este impacto no se queda solo en las organizaciones, los consumidores y la sociedad en general también se benefician con la adopción de estas normas que ofrecen garantías sobre la calidad, la seguridad y la confiabilidad de estos productos y servicios, además de contribuir a los esfuerzos por conservar el medio ambiente.

Para la Agencia de Viajes Turismo Positivo, la implementación de un sistema de gestión de calidad no solo busca mejorar la gestión de procesos, generar mayor eficiencia, y ofrecer un nivel más alto de satisfacción a los clientes, también se busca estimular a los empleados; el tener procesos y funciones definidas, y capacitación constante que permita comprender sus roles, los motiva y estimula a desempeñarse adecuadamente dentro de la organización. Para ello es necesario en primer lugar, establecer las bases del Sistema, pues a la fecha la organización Turismo Positivo Colombia, no cuenta con una estructura establecida ni mucho menos con algún tipo de análisis de su situación organizacional.

La creación de experiencias emocionales positivas, al brindar un servicio integral, aportando a la transformación social por medio del turismo, es la misión de la agencia de viajes, que además busca promover el desarrollo económico sostenible respetando el medio ambiente y contribuyendo al bienestar de la región; con la implementación del sistema de gestión de calidad la agencia de viajes Turismo Positivo busca atender de manera oportuna los requerimientos de los

clientes, potenciando destinos turísticos únicos y diferenciadores que no solamente contribuyan a una mejora en la economía de la región, sino que brinde herramientas de capacitación a los colaboradores para dar experiencias enriquecedoras y motivantes a sus clientes.

Ahora bien, es necesario mencionar que el impacto social se verá reflejado directamente en las partes interesadas que interactúan con la organización, entre ellos a saber, los clientes externos, razón de ser de la organización y que verán en primer lugar el impacto positivo que se busca principalmente en una mayor satisfacción del cliente; los clientes internos, conformado por el equipo de trabajo que pertenece a la organización, del que no solo se requiere compromiso sino que su beneficio se verá manifestado en un mayor orden de los procesos que por ende mejorarán la eficiencia de los mismos, evitando reprocesos y retrasos que generan más trabajo, inoperancia y estrés; finalmente los proveedores, quienes tendrán mayor claridad y orden frente a los procesos, contando con información precisa para la contratación.

## **7. REFERENTES TEORICOS.**

### **7.1. Historia Norma ISO 9001:2015**

La Implementación de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica para una organización, la cual puede generar mejoras en el desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible.

Ahora bien, es necesario remontarse al inicio de las normas de calidad, para comprender cómo nacen y su finalidad; de donde a partir de la segunda guerra mundial nace ya como necesidad en la industria, la manera de controlar lo que se producía y la calidad de la producción, principalmente en ese momento, dado por la impetuosa premura de reducir costos y acelerar la producción sin sacrificar la calidad de los productos, proporcionada por la exigencia que la guerra en ese momento imponía, pues se convertía en dicho período en una ventaja competitiva frente al enemigo.

La segunda guerra mundial fue el catalizador que permitió aplicar el control estadístico de la calidad a diversas industrias en los EE. UU., cuando la simple reorganización de los sistemas productivos resultó inadecuado para cumplir las exigencias del estado de guerra. Al utilizar el control estadístico de la calidad, los EE.UU., pudieron producir artículos militares de bajo coste y en gran cantidad, con la calidad deseada (Cortés, 2017, p. 3).

Pese a ello, es a partir de la posguerra que el mundo comprende entonces, que se inicia una nueva era de competitividad, donde la calidad de la producción, era el pilar fundamental para la agresiva competencia que en ese momento se vivía entre varios países. Es a partir de allí, que Japón, evidenciando la gran competencia que le representaba EE.UU, determina que en sus

procesos productivos, la calidad debería estar como principio de su cadena productiva, es entonces de la mano de Deming, padre de la calidad en Japón, que se desarrolla ya la teoría y la práctica del control de calidad, al respecto señalan Cubillos y Rozo (2009):

Deming llegó a Tokio y en 1947 inició sus primeros contactos con ingenieros japoneses. En 1950 fue invitado por el presidente de la Unión de Científicos e Ingenieros japoneses (JUSE). Deming, el padre de la calidad japonesa, se dio a conocer por impartir una serie de conferencias a estos ingenieros sobre control estadístico de calidad y sobre el modelo administrativo para el manejo de la calidad, en las que explicó la responsabilidad del personal directivo para lograrla. Deming llevó a Japón el ciclo PHVA (p. 85).

Posteriormente, en 1946 nace en EE. UU, la American Society for Quality Control (ASQC), que aglomeraba varias sociedades dedicadas al control de calidad, por aquella misma época en Japón, se fundaba la Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses (UCIJ o JUSE), que se encontraba compuesta por personajes académicos que se dedicaban al estudio y análisis de la calidad en la industria.

Es así como en 1946, después de una reunión de académicos, empresarios y científicos en Londres, como se decide crear una organización internacional que permitiera unificar criterios y estándares de calidad, con lo que surge la International Standard Organization (ISO).

Por tanto, después de la segunda guerra mundial y hasta finales de los años 70, se da un desarrollo significativo de la teoría de la calidad, se consolida el concepto del mismo y la importancia que adquiere en la cadena de producción, donde se reconoce que no solo el volumen y cantidad de producción era importante, sino que el mismo se volvía improductivo si esa

producción no iba acompañada de calidad, que permitiera reducir errores y defectos que finalmente representaban un enorme costo infructuoso para las empresas.

En efecto, Japón se convirtió entonces en el líder mundial en la implementación de la calidad, dando nacimiento a la teoría de *la calidad total*, a lo que se refiere Cubillos y Rozo (2009):

Como se puede observar, el periodo comprendido entre la terminación de la Segunda Guerra Mundial y el fin de la década del setenta, aportó el mayor porcentaje de la fundamentación teórica y conceptual de la calidad que conocemos hoy. Posteriormente a esta década, y como consecuencia de los nuevos esquemas económicos mundiales, se presenta una tercera etapa en el desarrollo de la Calidad. Aparece en el escenario mundial “El Proceso de Calidad Total”. (p.87)

Este era entendido entonces, como el desarrollo de la calidad en todos los niveles, tanto de todos los sectores industriales, de servicios y manufactureros, como el involucramiento de todas las partes de la organización. Se inicia un proceso de concientización desde los operarios, personas encargadas de empaque, hasta las gerencias, donde se logrará hacer de la calidad una política de empresa extendida por toda la cadena productiva y por todos los sectores.

Los años 1990 se caracterizaron por una proliferación de estudios, trabajos y experiencias sobre el Modelo de Gestión de la Calidad Total (GCT o TQM: Total Quality Management). La preocupación por la calidad se generaliza en todos los países los cuales quieren obtener enseñanzas de los japoneses e implementarlas en sus empresas. (Torres, Ruiz, Solís y Martínez, 2012, p. 104)

De manera que, entre los años 80 y 90, ya se establecía plenamente la gestión de calidad; y aquella organización creada desde 1946, Standard Organization (ISO), publicó por primera vez en

1987, la primera edición de la norma ISO 9001: 1987. A partir de allí nace y evoluciona la familia de las normas ISO 9000, aunque a la fecha la más conocida es la ISO 9001.

Es necesario ahora, establecer qué significa calidad, definido por varios autores representativos del tema, para Jurán y Medina (1994): “la calidad consiste en aquellas características del producto que satisfacen las necesidades del cliente. La calidad consiste en la ausencia de deficiencias” (p.25).

Asimismo, Armand Vallin Feigenbaum (como se citó en Cubillos y Rozo, 2009), define la calidad como:

El resultante total de las características del producto y del servicio de mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento a través de los cuales el producto o servicio en uso satisfará las esperanzas del cliente. Define un sistema de gestión de calidad total como la estructura de trabajo operativo acordada, que abarca a la empresa y a la planta, documentada en procedimientos de técnicos y administrativos integrados, a fin de orientar las acciones coordinadas del personal, las máquinas y la información, de la compañía y la planta de una manera eficaz. El sistema de GCT proporciona un control permanente e integrado de todas las actividades clave, que alcanza verdaderamente a toda la organización (p.95)

De acuerdo con la Norma ISO 9000, Una organización orientada a la calidad, promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes. La calidad de los productos y servicios de una organización está determinada por la capacidad y por el impacto previsto y el no previsto sobre las partes

interesadas pertinentes. La calidad de los productos y servicios incluye no solo su función y desempeño previsto sino también su valor percibido y el beneficio para el cliente.

Ahora bien, para el caso que atañe a este trabajo, se centra en la Norma ISO 9001:2015. Esta Norma Internacional se basa en los principios de la gestión de la calidad descritos en la Norma ISO 9000. Las descripciones incluyen una declaración de cada principio, una base racional de por qué el principio es importante para la organización, algunos ejemplos de los beneficios asociados con el principio y ejemplos de acciones típicas para mejorar el desempeño de la organización cuando se aplique el principio.

De acuerdo a la Norma ISO 9001:2015, los principios de la gestión de la calidad son:

- Enfoque al cliente;
- liderazgo;
- compromiso de las personas;
- enfoque a procesos;
- mejora;
- toma de decisiones basada en la evidencia;
- gestión de las relaciones.

Basados en lo anterior, se pretende formular el alcance de los numerales de la norma, correspondiente al Contexto de la Organización y liderazgo, los cuales permiten generar un amplio análisis de las partes interesadas y el enfoque al cliente.

Ante todo, cuando se habla de calidad en el sector turístico, se hace referencia a la gran exigencia del cliente frente a los servicios turísticos que se ofrecen, teniendo en cuenta que el acceso a la información en el momento es casi ilimitada y la competencia en este sector es cada vez más agresiva, la calidad se convierte en un factor diferenciador frente a la competencia, pero

además ya es requisito indispensable para entrar en el mercado, pues cumplir con los estándares de calidad exigidos por la globalización y el cliente, no es algo opcional, es una obligación de las empresas si quieren sobrevivir y ser competitivos en el mercado. Por tanto, calidad implica la satisfacción del cliente, quien busca en el turismo, una búsqueda de buenos momentos, de felicidad y grata experiencia, pues viajar es considerado para el turista un placer y finalmente es ello lo que busca.

Por otro lado, el mundo se ha vuelto más consciente del daño que el turismo puede ocasionar al medio ambiente, las nuevas tendencias ambientalistas y animalistas, han puesto en evidencia la irresponsabilidad que en ocasiones ha generado el turismo en el planeta, es por esta razón, que la empresa Turismo Positivo concentra sus esfuerzos en prestar un servicio turístico amigable y sostenible con el medio ambiente.

Es por ello que este nuevo enfoque de la política turística implica también una integración del concepto, objetivos e instrumentos del denominado turismo sostenible. Si por turismo sostenible se entiende un subconjunto de actuaciones de la política turística empresarial y administrativa destinado a garantizar el mantenimiento de biodiversidad y autenticidad cultural, no cabe duda de que ello contribuye a la competitividad de las regiones turísticas, vía mayor calidad de la experiencia turística y, por consiguiente, mayor satisfacción y fidelidad de los clientes (Fayos- Solá, 1994, p.6).

Así mismo, no es posible desconocer las grandes ventajas y aportes que el turismo ha producido en el desarrollo de las regiones, no solo desde su contribución económica, que específicamente para Colombia crece cada día más, sino también en factores importantes de la economía como la generación de empleo, de donde se tiene que para el año 2018 el turismo



representó el 3,84% del PIB y generó un total de 2613 empleos para el año 2017, según el Centro de Información Turística de Colombia CITUR.

El turismo sostenible, es sin lugar a dudas, un propósito en las regiones que figuran como destino turístico por los viajeros. Las ciudades turísticas tienen la responsabilidad de mejorar la vida de sus habitantes, incentivar el desarrollo económico, generar competitividad internacional y satisfacer las necesidades de los visitantes. Dicha responsabilidad corresponde a todas las organizaciones, tanto gubernamentales como empresariales, y la comunidad de manera que se integren para lograr el sostenimiento de la ciudad como destino turístico (Monsalve y Hernández, 2015, p.164).

Como consecuencia de ello, es innegable que hoy las empresas turísticas en Colombia, reconocen la importancia de la gestión de calidad en sus servicios, entienden la exigencia del sector y el impacto que sus acciones enfocadas en procesos de calidad, tendrán en el futuro del sector; por este motivo el servicio turístico que busca prestar la empresa Turismo Positivo, pretende en primer lugar alcanzar la plena satisfacción del cliente cumpliendo sus expectativas entre lo que se ofrece y lo que realmente obtiene y como resultado de esto, posicionarse en el mercado nacional e internacional minimizando los errores y previniendo los posibles riesgos.

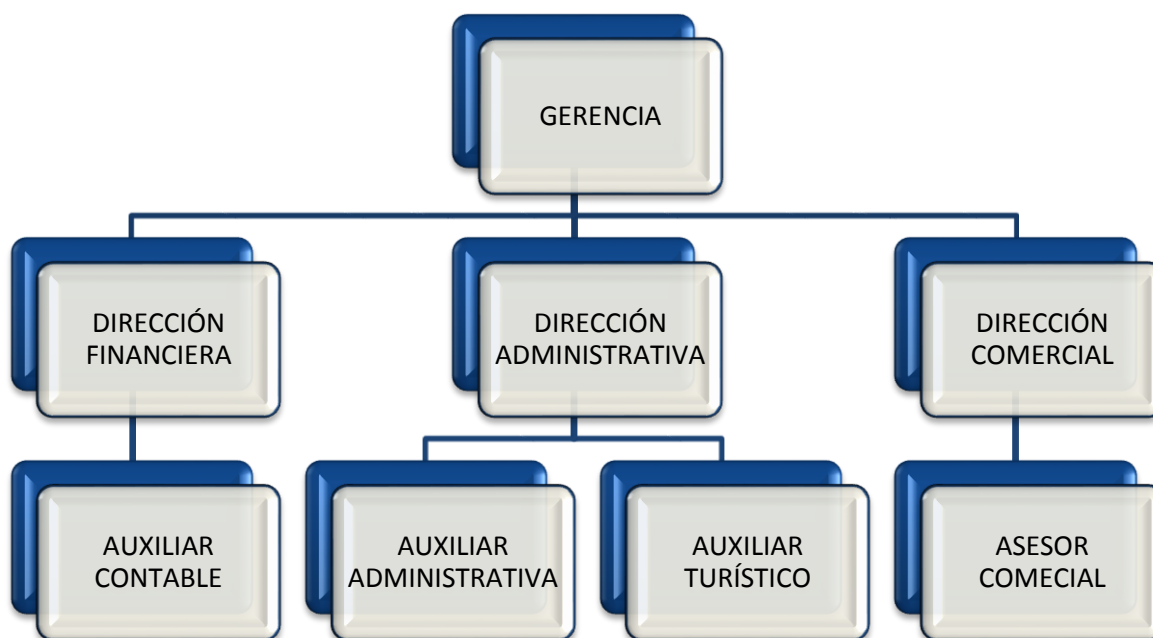
## **7.2. La organización y generalidades, Turismo Positivo Colombia**

Según establece la Norma ISO 9001:2015, la organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de la calidad.

La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.

Turismo Positivo Colombia, invita a experimentar el nuevo concepto de turismo positivo, un concepto innovador que se fundamenta en la capacidad que tienen las nuevas experiencias para conocerse a sí mismo y lograr transformación positiva en el pensamiento. La privilegiada posición geográfica, el calor humano, la diversidad cultural de la sociedad colombiana, específicamente la cafetera, y la filosofía Sumak kawsay (El buen Vivir) para tocar cada alma y aportar al crecimiento espiritual de cada persona que visita los paisajes cafeteros, permite aprovechar al máximo su biodiversidad, por tanto, Turismo Positivo Colombia, crea la marca de **TURISMO POSITIVO**, turismo para el alma, donde su esencia se basa en crear experiencias educativas, de auto- sanación, de reflexión, de desconexión y de re conexión, aportando así al bienestar y por ende al crecimiento personal

### Organigrama de Turismo Positivo



### **7.3. Planes ofrecidos**

Turismo Positivo Colombia, ofrece dos líneas de servicios turísticos, la primera, de rutas cafeteras, compuesta por los siguientes planes:

#### **Parque Panaca**

PANACA es el primer parque temático agropecuario en el mundo y el más grande en Latinoamérica, se ofrece al turista una experiencia única llena de diversión e interacción con el campo, en la que podrá encontrar los Shows más sorprendentes, las más impresionantes Estaciones temáticas y la colección de zoología doméstica más grande del mundo, donde vivirá una experiencia inigualable entre los animales, la naturaleza y el hombre. En este gran Parque, disfrutará un día entero de diversión, emoción y adrenalina, vivirá emociones fuertes en cada rincón interactuando con más de 4.500 animales en un recorrido de 2.8 kilómetros. Se invita al visitante a vivir una gran aventura, rodeado de sensacionales paisajes, naturaleza sin límite, animales asombrosos y un sinfín de actividades que harán de su experiencia con el campo, sencillamente inolvidable.

#### **Parque del café**

El “Parque del Café” brinda a sus visitantes diversión y entretenimiento a través de la cultura cafetera, dando a conocer la importancia del café y del gremio cafetero en el desarrollo económico del país, en un ambiente de naturaleza, con innovadoras, confiables y seguras atracciones culturales y mecánicas, comprometidos con la conservación del medio ambiente, el bienestar de sus empleados y el de la comunidad.

### **Salento cultural y cafetero**

Un día para conocer y recorrer los tres departamentos que conforman el triángulo del café, El destino será el pueblo más antiguo del Quindío, reconocido por conservar su arquitectura y por ser el municipio cuna del árbol nacional “La palma de cera” que se podrá encontrar en el imponente Valle del Cócora; Se invitará a visitar Caldas, Risaralda y Quindío en 12 horas.

### **Día de conexión ambiental positiva (Nevado del Ruiz)**

Se vivirá un día, donde los cambios constantes del paisaje hará comprender y valorar la imponencia de la naturaleza de Colombia, la conquista; El Cumanday (Nevado del Ruiz) páramo que alberga una de las reservas naturales más importantes de los andes, reconocido por sus aguas puras, los antiquísimos frailejones, el animal insignia de Manizales, el cóndor andino y las plantas cojín que regulan el ciclo del agua, se complementará con el termalismo y la apreciación a otro paraíso natural, el recinto del pensamiento.

### **Colombia es paz, cultura indígena y pueblos cafeteros**

Invita a recorrer zonas recuperadas del conflicto armado, Se da la bienvenida a Funvallu (Valle de los Umbras) un parque temático interesado en rescatar la cultura indígena dándola a conocer por medio del turismo, a recuperar tejido social, a través de la capacitación e interacción de jóvenes rurales en historia, gastronomía, inglés y turismo; con esta visita se está apoyando el sueño de una Colombia más igualitaria y con más oportunidades para la comunidad rural, además, se visitará el monumento a Cristo Rey ubicado en el espectacular municipio de Belalcázar, Caldas y los municipios de Risaralda: Belén de Umbría y Mistrató.

La segunda línea de planes ofrecidos, está enfocada en salud y bienestar para el turismo, buscando el crecimiento personal y la conexión del turista con la naturaleza, dentro de los cuales se encuentran:

### **Autoconocimiento, café y terapia del mándala**

Todos los mándalas guardan un significado de quienes los dibujan, mientras exteriormente pueden representar el universo, interiormente mostrarán un balance; representaciones humanas y expresiones sobre una realidad armónica en frecuencia con el universo, sistema contenedor de todo lo sagrado; representa la totalidad de un modelo de organización, un centro energético y de equilibrio espiritual.

Se hará una técnica con el coloreado, con colores, temperas, acuarelas, granitos, papel, escarchas y otros de acuerdo a la creatividad y ocurrencia que se desee utilizar.

### **Un día para la salud**

Se invita al turista a invertir en una experiencia saludable, positiva y transformadora, en este parque se encontrará un cálido e innovador ambiente, donde recibirá más de 12 tratamientos y consultas médicas en lugares tranquilos, naturales, modernos y cargados de energía positiva que seguramente aportarán a su auto sanación.

Además, lo acompañarán un equipo de seres humanos, que por medio de su profesión y calor humano lo harán sentir en familia, más que un chequeo médico, es un día para el resto de su vida.

### **Hidroterapia de colon**

El proceso aborda diferentes métodos terapéuticos de gran uso en la medicina natural desde la antigüedad. Hoy a la luz de los avances científicos en el campo de la nutrición, se juntan el uso de probióticos, de arcillas medicinales, ácido málico, y los beneficios comprobados del ayuno y la

hidroterapia de colon. Durante este semi ayuno (dirigido) de 6 días, se suministran nutrientes esenciales de origen natural, intercalados con Bentonita, una arcilla con la capacidad de atrapar o absorber sustancias tóxicas.

Las irrigaciones o hidroterapias del colon, remueven el material atrapado por el gel, y por eso es un componente fundamental del PROTOCOLO, el cual usa el sistema abierto tipo Colema Boards ® de California. Diariamente estará recibiendo altas dosis de flora intestinal sana (probióticos) lo que garantiza una vida nueva para el colon.

El quinto y sexto día, requiere de un esfuerzo adicional ya que se hace la limpieza de la vía biliar, Se tendrá una valoración médica de ingreso y egreso, con una consulta en donde se evaluará la historia de vida, los antecedentes, los exámenes y en caso de necesidad, la realización de nuevos.

### **Positive SPA**

En este Parque de la salud Dr. Rojas en Manizales se invita al cliente a recorrer las atractivas instalaciones para que invierta seis Horas de su tiempo en un rato de autocuidado y descanso, se vivirá una experiencia de salud, bienestar y equilibrio para su cuerpo, combinando terapias como la hidrología médica, el spa, la conexión con la naturaleza y las terapias para el alma.

### **Un día para el alma**

Se invita al turista a aprender a valorar cada momento y descubrir el recorrido hacia su corazón, vivirá un día completo donde podrá entrelazar el ecoturismo terapéutico, la salud, el bienestar, la paz interior y la conexión con la naturaleza; Equilibrar su cuerpo y su mente junto a un grupo de profesionales, conquistando los 4 elementos (Aire, Tierra, Fuego, Agua).

La tranquilidad y ubicación privilegiada de Natuveda, le permitirá ver el eje cafetero en toda su plenitud, el sonido de las aves, los pueblos entre las montañas, el olor a jazmín, las estrellas,

la luna, la música, el fuego, el calor humano, y la revitalización de su cuerpo y alma le harán vivir una noche inolvidable.

### **Yoga en la cima del eje cafetero**

En uno de los lugares más tranquilos de la finca, se tendrá una terapia integral donde se realizarán ejercicios de autoconocimiento y auto superación por medio del Yoga, ejercicios de respiración y ejercicios físicos (Asanas) para eliminar impurezas, rabia, ego y diferentes sentimientos, emociones que no permiten una paz interior.

Se buscará entonces mediante la Yoga llegar a la relajación y por qué no, a la meditación lo que ayudará a conectar para desarrollar determinadas capacidades personales que permiten discernir con mayor claridad y calma, la percepción de la realidad.

### **Cuidado especializado del rostro**

En los eco consultorios, se realizará un masaje, acompañado de un tratamiento integral para el cuidado de la piel, específicamente del rostro.

## **8. TURISMO POSITIVO Y TEORÍA DEL BUEN VIVIR**

Turismo Positivo Colombia, tiene como filosofía en su portafolio de servicios, la práctica del buen vivir, del turismo positivo y del turismo sostenible, este se puede identificar a través de su misión y visión.

### **Misión**

Crear experiencias emocionales positivas al brindar un servicio integral de turismo sostenible, logrando que los clientes desarrollen la conciencia, la actitud y los hábitos positivos para generar una transformación social por medio del turismo.

### **Visión**

Turismo Positivo es una empresa líder en el sector de turismo, reconocida a nivel nacional e internacional por posicionar e implementar el concepto de turismo positivo; y a nivel local, por buscar el desarrollo social, económico y sostenible, promoviendo el respeto por el medio ambiente y la contribución al bienestar de la región.

Antes que nada, es imperioso entender y comprender a qué se refiere el turismo positivo y el buen vivir “Sumak Kawsay”, estos hacen alusión al equilibrio que se desea tenga el ser humano en todos los aspectos de su vida y con todo aquello que lo rodea. Para Acosta, 2008, el buen vivir se define como:

El Buen Vivir como principio estructurador de la nueva Constitución implica el reconocimiento de las concepciones de sustentabilidad y respeto a la naturaleza promovidos por las sociedades indígenas. Más que una declaración constitucional es una oportunidad para construir colectivamente un nuevo régimen de desarrollo basado en una economía solidaria. Esto significa alejarse de una economía sobre determinada por las relaciones mercantiles, impulsando una relación dinámica y constructiva entre mercado,



Estado y sociedad. El Buen Vivir es utopía de un proyecto de vida en común a ser ejecutada por la acción de la ciudadanía (p.33).

En consecuencia, se puede observar que la teoría del buen vivir, nace desde las tribus indígenas y hace referencia a la armonía que debería existir entre el ser humano, su entorno y la naturaleza, si bien este concepto era utilizado por los ancestros indígenas, actualmente este ha tomado fuerza debido a la gran devastación que el ser humano ha causado en el medio ambiente, donde ha utilizado en nombre del desarrollo y la globalidad, los medios necesarios para lograr sus objetivos, sin importarle las consecuencias de sus actos, aunque eso ha implicado para el mundo repercusiones catastróficas en el medio ambiente.

Se retoma por tanto, la importancia que el buen vivir tiene para el mundo, para el equilibrio natural y para la sobrevivencia no sólo de la naturaleza sino también de la raza humana, es más que nada un llamado a la conciencia del ser humano, a que si bien se entiende desea desarrollo, este debe ser logrado de manera responsable y sostenible con el medio ambiente, que finalmente presta el vital servicio al ser humano de dar vida, pues nada sería posible en el mundo, incluyendo la vida, si el medio ambiente no existiera y como ya se conoce; el mundo actualmente entiende que los métodos en los que actualmente se basa para buscar desarrollo, se convierte cada día más en una forma insostenible y degradante para el medio ambiente.

Frente a los devastadores efectos del calentamiento global, se plantean cambios para que la humanidad pueda escapar con vida de los graves riesgos ecológicos y sociales en ciernes. El crecimiento material sin fin podría culminar en un suicidio colectivo, tal como parece augurar el mencionado recalentamiento de la atmósfera o el deterioro de la capa de ozono, la pérdida de fuentes de agua dulce, la erosión de la biodiversidad agrícola y

silvestre, la degradación de suelos o la propia desaparición de espacios de vida de las comunidades locales (Acosta, 2008, p. 34).

Es precisamente en ese sentido de un turismo positivo, sostenible y amigable con el medio ambiente, hacia donde se mueve este importante sector, que desea contribuir a mejorar o por lo menos detener el daño que el ser humano ha causado a la naturaleza, entendiendo que el crecimiento económico no puede ir de la mano del daño al planeta.

Así las cosas, Turismo Positivo Colombia, se encuentra comprometido con la búsqueda de un turismo sostenible, por ello todo su portafolio de servicios está encaminado a la filosofía del buen vivir, procurando que sus clientes sean conscientes e interactúen con la madre naturaleza de una manera responsable y respetuosa, pero además brindando la oportunidad a sus clientes de vivir una experiencia revitalizadora y de conexión con el medio ambiente; entendiendo que este es el canal y mecanismo de supervivencia del ser humano, pues el turismo no puede de ninguna manera ser creador de más destrucción, por el contrario, Turismo Positivo Colombia, cree firmemente que este sector puede generar acciones de cambio y toma de conciencia frente a la interacción que hasta el momento el ser humano ha tenido con la naturaleza.

## **9. METODOLOGÍA**

Para la realización del diagnóstico de la empresa Turismo Positivo, se plantea la utilización de herramientas que permitan tener en cuenta factores internos y externos dentro de un marco contextual, es decir, elementos inherentes y propios del objeto social y del sector donde se desenvuelve la compañía.

Se inicia, por tanto, la reseña de antecedentes con el que cuenta el sector turístico, la importancia del turismo en Colombia frente a su impacto en la economía y finalmente el impacto que a nivel regional (eje cafetero) tiene el turismo.

Posteriormente se realiza un breve referenciación de lo que significa el turismo positivo y del buen vivir, subsector turístico del que hace parte la empresa Turismo Positivo Colombia y finalmente en la búsqueda bibliográfica, se remite a la historia de la calidad y de la ISO 9001, para llegar a lo que actualmente es la ISO 9001:2015.

### **9.1. Diseño metodológico**

#### **9.1.1. Tipo de investigación**

La empresa Turismo Positivo Colombia, a la fecha no cuenta con planeación estratégica ni con ningún requisito señalado en la Norma ISO 9001:2015, tampoco se ha realizado ningún diagnóstico ni estudio relacionado con su organización y por tanto el alcance del presente trabajo, pretende sentar las bases de la Norma y establecer un diagnóstico actual de la organización, que le permita conocer el punto en el que se encuentra y a donde desea llegar.

Así las cosas, con el fin de identificar y desarrollar los numerales de la norma ISO 9001:2015, relacionados con el contexto de la organización y el liderazgo, la investigación desarrollada en este informe, es netamente cualitativa y descriptiva; En primer lugar se realiza una recopilación histórica del desarrollo de la calidad y del nacimiento de la Norma ISO.

Consecutivo a ello, se efectuará el diagnóstico actual de la organización con el análisis DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas), así mismo se realizará la matriz PESTEL, que permitirá identificar los aspectos externos y macros que podrían afectar la organización. Posteriormente se desarrollará el numeral relacionado con el contexto de la organización, donde se realizará el análisis de las partes interesadas que le competen a la empresa Turismo positivo Colombia, se determinará el alcance del sistema de gestión de calidad, teniendo en cuenta la evaluación de los factores internos y externos que se verán involucrados en la implementación del sistema. Así mismo se creará el mapa de procesos y ficha de procesos, con el fin de tener claridad frente el manejo y control de los mismos en el sistema de gestión de calidad.

Posteriormente se ampliará el numeral relacionado con las acciones y análisis para lograr el Liderazgo en la implementación de la Norma ISO 9001:2015, determinando el papel de la alta gerencia en el proceso, a través de la matriz de responsabilidades RACI que permitirá identificar el papel que desempeñará cada miembro del equipo y finalmente se plantearán los indicadores de sostenibilidad que le permitirán a la organización optimizar su gestión, procurando establecer las bases que permitan en el futuro implementar completamente la Norma ISO 9001:2015.

En otras palabras, la observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades. (Campos y Lule, 2012, p. 5).

### 9.1.2. Técnicas de levantamiento de información

Con el fin de recopilar la información necesaria y requerida para el diseño de los numerales cuatro y cinco de la Norma ISO 9001:2015, se hará uso de varias técnicas de levantamiento de información, mencionadas en el punto 8.1 y dentro de las que se encuentra la matriz DOFA que permitirá establecer las condiciones actuales en las que se encuentra la organización Turismo Positivo Colombia, donde claramente se pueda identificar las debilidades y oportunidades de mejora que tiene la empresa.

En ese orden de ideas y teniendo en cuenta las características específicas de la organización, al ser una empresa pequeña de sólo ocho miembros y sin ningún estudio que le anteceda al que se va a realizar a continuación, la verificación de la información dentro de la misma, se hará a través de la observación, inspección de la documentación con la que actualmente cuenta la empresa y descripción a partir de lo que se puede observar e inspeccionar.

### 9.1.3. Unidades de observación y muestra

Como unidades de observación para el desarrollo de los numerales: contexto de la organización y liderazgo se obtendrá la información mediante la técnica de observación y la población analizada será el equipo de trabajo que tiene la empresa Turismo Positivo, teniendo en cuenta que en el momento está compuesto por ocho personas, por tanto, la estrategia de muestreo será no probabilística.

UNIDADES DE OBSERVACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA
GERENCIA	1	1
DIRECCIÓN FINANCIERA	1	1
DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA	1	1
DIRECCIÓN COMERCIAL	1	1
ASESOR COMERCIAL	1	1
AUXILIARES	3	3

## **10. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN**

### **10.1. Comprensión de la organización y de su contexto**

Como primera instancia en el proceso de diagnóstico, se tiene presente la situación actual de la empresa y su entorno, para posterior a ello, proponer estrategias claras para su desarrollo. A continuación, se muestra a través de un análisis DOFA, las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, para identificar de manera objetiva el contexto de la organización.

Cabe recalcar, que, para el desarrollo de las herramientas diagnósticas empleadas, el equipo de trabajo, en el proceso de recolección de información e identificación de línea base, la observación fue un factor determinante para llegar a juicios importantes que pudiesen cumplir con las verdaderas necesidades de la compañía (Anexo 1).

### **10.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas**

Es importante resaltar los diferentes factores que intervienen en los procesos de la empresa Turismo Positivo Colombia, para ello y con el fin de tener claridad frente a los stakeholders, se hace necesario realizar una evaluación de las partes interesadas, se procede entonces a verificar sus necesidades, expectativas y acciones encaminadas a cumplir con las mismas.

La Norma ISO 9001:2015, señala frente a este punto que, debido a su efecto o efecto potencial en la capacidad de la organización de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, la organización debe determinar:

- a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión de la calidad;
- b) los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el sistema de gestión de la calidad.

La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos pertinentes

Consecuente a ello, el análisis de las partes interesadas que intervienen para la organización Turismo Positivo Colombia, se encuentra conformado por los clientes, los empleados, la gerencia y los proveedores, todos ellos se verán impactados en mayor o menor medida al aplicar los numerales de la Norma ISO 9001:2015, correspondientes al contexto de la organización y liderazgo (Ver anexo 2).

### **10.3. Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad**

La Norma ISO 9001:2015, establece que la organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance.

Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:

- a) las cuestiones externas e internas
- b) los requisitos de las partes interesadas pertinentes
- c) los productos y servicios de la organización

En el caso de la empresa Turismo Positivo Colombia, el alcance de la norma está dada por sus dos procesos y servicios principales a saber:

1. Gestión, diseño y desarrollo de servicios turísticos
2. Gestión de servicio al cliente

En este sentido, la organización busca por tanto crear experiencias emocionales positivas, a través del turismo sostenible, logrando en el turista desarrollar la conciencia y los hábitos positivos para generar transformación social a través del turismo. Se pretende entonces el posicionamiento en el mercado turístico de la marca Turismo Positivo Colombia, prestando a los clientes un servicio que cumpla sus expectativas, que sea acorde a las necesidades de los clientes y que sea eficaz en la prestación de sus servicios.

Ahora bien, con el fin de minimizar posibles riesgos futuros, se hace necesario tal y como lo señala la norma ISO 9001:2015 evaluar las cuestiones internas y externas que rodean el quehacer de la organización, para ello se utilizará la herramienta de análisis PESTEL, que evalúa los componentes externos y macros de la organización, centrando su atención en los factores Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal. (Ver anexo 3)

#### **10.4. Sistema de gestión de la calidad y sus procesos**

De acuerdo a la Norma ISO 9001:2015 La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización, y debe:

##### **a) determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos**

Entradas: para la empresa Turismo Positivo Colombia, las entradas requeridas son los requerimientos del cliente, por lo que establecer con claridad las necesidades expresas e identificadas del cliente, serán el insumo inicial para desarrollar el resto de procesos de la organización.

Procesos: los procesos visionales de Turismo Positivo Colombia son el direccionamiento estratégico y el mejoramiento continuo. Los procesos misionales, como su nombre lo indica, representan la esencia de la organización, que para el caso de esta empresa corresponden a gestión, diseño y desarrollo de servicios turísticos y la gestión del servicio al cliente, estos dos últimos procesos son la razón de ser de Turismo Positivo Colombia y es allí donde se aúna la mayor cantidad de esfuerzos de la organización. Finalmente se tienen los procesos de apoyo, que

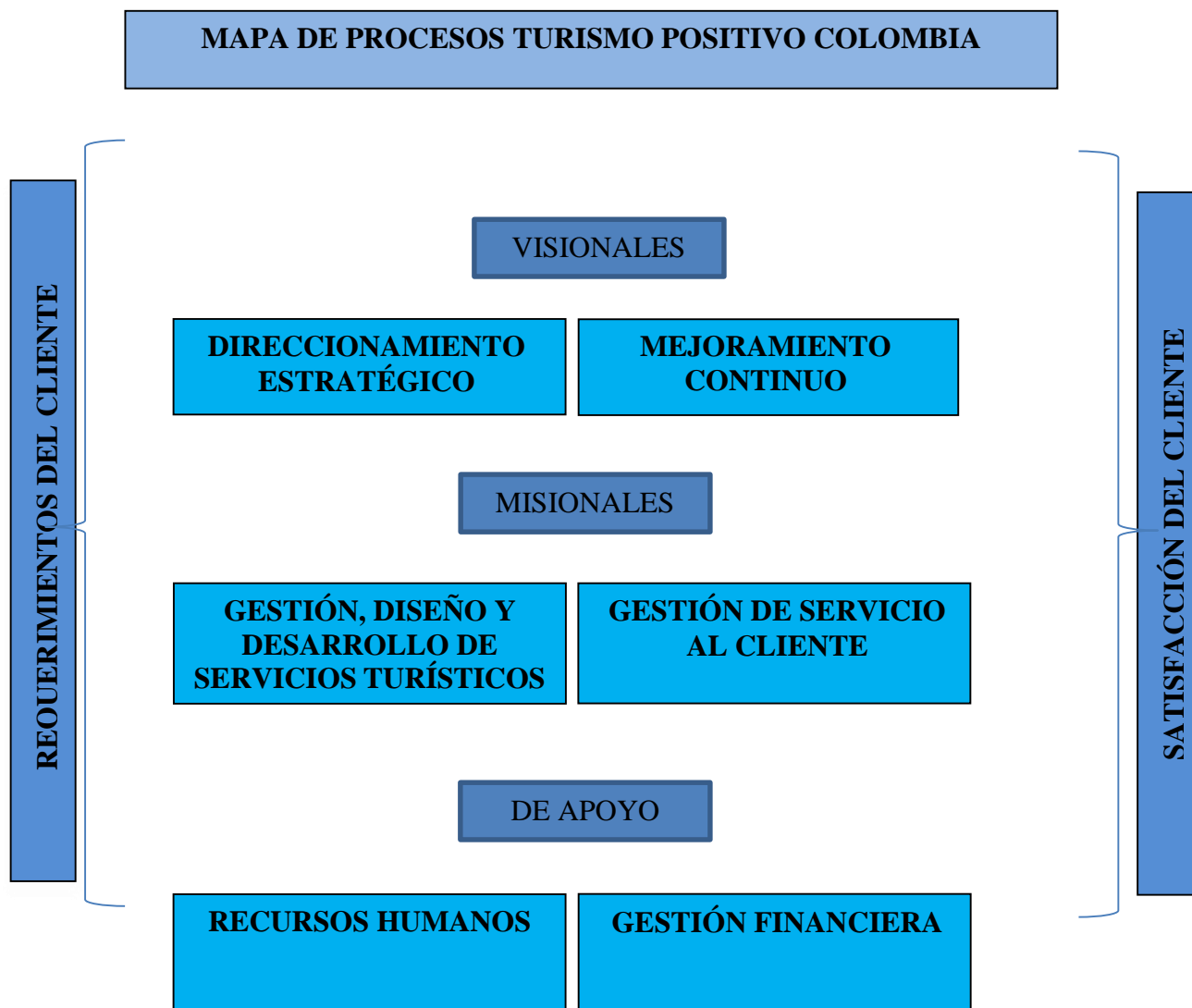


corresponden a gestión humana y gestión financiera, procesos esenciales para que la organización pueda funcionar correctamente.

Salidas: para la empresa Turismo Positivo Colombia, las salidas corresponden a la satisfacción del cliente, pues es este finalmente el objetivo principal de la organización, acorde además con la Norma ISO 9001:2015, donde se busca un servicio que satisfaga las expectativas y necesidades del cliente.

**b) determinar la secuencia e interacción de estos procesos**

Para el caso de Turismo Positivo Colombia, se propone el siguiente mapa de procesos



c) **determinar y aplicar los criterios y los métodos (incluyendo el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos**

Se documentará cada uno de los procesos que se llevan a cabo al interior de la organización Turismo Positivo Colombia, para ello se establecerá una ficha del proceso, que contribuirá al control de los procesos para asegurar una prestación del servicio correcta.

<b>FICHA DE PROCESOS</b>		
<b>FICHA DEL PROCESO</b>	<b>EDICIÓN</b>	<b>FECHA DE REVISIÓN</b>
<b>MISIÓN DEL PROCESO</b>		
<b>PROCEDIMIENTOS QUE FORMAN EL PROCESO</b>		
<b>RESPONSABLES DEL PROCESO</b>		
<b>ENTRADAS</b>		
<b>SALIDAS</b>		
<b>RECURSOS UTILIZADOS</b>		
<b>REGISTROS DE ARCHIVOS</b>		
<b>INDICADORES</b>		

**d) determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad**

Con el fin de tener siempre los recursos necesarios para el desarrollo normal de los procesos, los jefes de área junto con la gerencia, realizarán un comité periódico mensual para la gestión y aprobación de los recursos, donde se planificará con anterioridad la disponibilidad de estos recursos, procurando que nada falte para el correcto funcionamiento de la organización y sus procesos.

**e. Asignar responsabilidades y autoridades para estos procesos**

La gerencia es el principal agente de liderazgo, es sin dudar, la directa responsable de la implementación y ejecución del Sistema de Gestión de Calidad, sin el apoyo o compromiso de ésta, es imposible siquiera empezar con el diagnóstico para saber cómo se encuentra la organización frente al Sistema de Gestión de Calidad, por tanto la responsabilidad inicia desde la gerencia, pero involucra a todos los miembros de la organización, cada miembro del equipo de trabajo, deberá cumplir con las políticas de calidad, para ello la gerencia junto con el área de gestión humana, diseñará las funciones inherentes a cada cargo y la documentación de los procedimientos que le corresponden al mismo. Así mismo se establecerá el perfil que se debe cumplir para cada cargo, buscando idoneidad del equipo de trabajo para sus funciones a realizar.

**f. evaluar estos procesos e implementar cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos;**

Para lograr la evaluación de procesos, es necesario realizar la evaluación del desempeño periódica a los mismos, que se establecerá de forma trimestral, con ello se podrá controlar el cumplimiento a cabalidad de los procesos frente a los objetivos planteados y lo obtenido, que permita aplicar los correctivos necesarios previniendo errores futuros, minimizando riesgos y

logrando el mejoramiento continuo; De la misma forma, se establecerá un cronograma de auditorías internas, que permitan hacer seguimiento a los procesos, determinando si se está cumpliendo o no con lo establecido en la documentación de los procedimientos.

#### **g. Mejorar los procesos y el sistema de gestión de calidad**

El ciclo PHVA, proporciona las herramientas para mejorar los procesos establecidos en la organización, para Turismo Positivo Colombia, es indispensable que posterior a realizar las evaluaciones de los procesos, se pueda a partir de los hallazgos encontrados, establecer planes de mejoramiento y acciones correctivas que le permitan al sistema de gestión de calidad funcionar acorde a los objetivos propuestos, siempre procurando la satisfacción final del cliente. En este sentido, es importante involucrar a los clientes para conocer la percepción que tienen frente al servicio prestado, para ello se habilitará en la página web, la opción de evaluación del servicio, con el fin de que el cliente pueda llenar la encuesta inmediatamente después de prestado el servicio y manifestar su satisfacción o insatisfacción frente al mismo, lo que retroalimentará los procesos y brindará herramientas para la toma de planes de mejoramiento de procesos en la organización.

La Norma ISO 9001:2015, plantea que En la medida en que sea necesario, la organización debe:

##### **a) mantener información documentada para apoyar la operación de sus procesos;**

Para ello y tal y como se mencionó en el punto C, la empresa documentará todos los procesos y procedimientos, con el fin de establecer y unificar los criterios, de forma tal que se eviten errores y se permita llevar un estricto control de cómo se deben llevar a cabo los procesos de la empresa de forma correcta, previendo que cada vez que exista cambio de personal, no se generen traumatismos en los procesos, evitando además reprocesos que generan costos e inoperancia para la organización.

**b) conservar la información documentada para tener la confianza de que los procesos se realizan según lo planificado.**

Se implementará la conservación física y electrónica de los procesos y procedimientos de la empresa, cada colaborador tendrá acceso a dicha información a través de una carpeta compartida en línea, donde podrá consultar cada vez que sea necesario, los procedimientos que se llevan a cabo al interior de la empresa, buscando cumplir con lo establecido en el sistema de gestión de calidad.

## **11. LIDERAZGO**

### **11.1. Generalidades**

#### **11.1.1. Liderazgo y compromiso**

La alta gerencia, como ya se ha hecho mención, deberá hacerse cargo de que el sistema de gestión de calidad funcione dentro de la organización, de acuerdo a esto la Norma ISO 9001:2015 señala que la alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión de la calidad:

a) asumiendo la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad

b) asegurándose de que se establezcan la política de la calidad y los objetivos de la calidad para el sistema de gestión de la calidad, y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización;

c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de negocio de la organización;

d) promoviendo el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en riesgos;

e) asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles;

f) comunicando la importancia de una gestión de la calidad eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad;

g) asegurándose de que el sistema de gestión de la calidad logre los resultados previstos;

h) comprometiendo, dirigiendo y apoyando a las personas, para contribuir a la eficacia del sistema de gestión de la calidad;

i) promoviendo la mejora;

j) apoyando otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad

Como establece la norma, cuando se refiere a que la alta dirección “debe”, ya está explícitamente manifestado que esto no es opcional, es de obligatorio cumplimiento, por tanto, este numeral de la norma es esencial para que la implementación del sistema de gestión de calidad sea exitosa.

### **11.1.2. Enfoque al cliente**

La Norma ISO 9001:2015, señala que la alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:

- a) se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
- b) se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente;
- c) se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.

Teniendo en cuenta este numeral, la norma es clara en señalar que su prioridad y enfoque, está proyectado al cliente y nuevamente retoma lo señalado en el punto anterior, haciendo especial énfasis en el papel de la gerencia frente al sistema de gestión de calidad. En este sentido, la alta dirección de Turismo Positivo Colombia, realizará una evaluación detallada trimestral, que dé cuenta del cumplimiento de los deberes reglamentarios, normativos y de requerimientos del cliente que tiene la organización, donde además determinará el cumplimiento de los objetivos establecidos en el sistema de gestión de calidad, con el fin de minimizar riesgos y aprovechar las potenciales oportunidades.



El papel de la alta gerencia, deberá en todo caso, obtener como resultado final a través del sistema de gestión de calidad, la satisfacción del cliente; para ello es necesario por lo tanto demostrar su liderazgo y ejercer el mismo para cumplir con los objetivos establecidos, esto implicará por supuesto un alto nivel de compromiso con la organización y con el sistema de gestión de calidad.

## **11.2. Política**

### **11.2.1. Establecimiento de la política de calidad**

La empresa Turismo Positivo Colombia, no contaba con una política de calidad, por lo tanto, se inicia el establecimiento de la misma en conjunto con la alta dirección, a partir de los requerimientos que establece la norma, la alta dirección debe establecer, implementar y mantener una política de la calidad que:

- a) sea apropiada al propósito y contexto de la organización y apoye su dirección estratégica;
- b) proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad;
- c) incluya un compromiso de cumplir los requisitos aplicables;
- d) incluya un compromiso de mejora continua del sistema de gestión de la calidad.

Es así como para la organización Turismo Positivo Colombia, quedó diseñada de la siguiente manera:

#### **11.2.1.1. Política de calidad de Turismo Positivo Colombia**

Turismo Positivo Colombia se dedica a la creación de experiencias emocionales y de crecimiento personal, a través del turismo. Su concepto de turismo positivo, los hace innovadores y capaces de brindar a los clientes una experiencia única, que además es acorde a los principios

del turismo sostenible y ecoturismo, promoviendo por tanto el respeto y sana convivencia con el medio ambiente y la región.

Turismo Positivo Colombia ofrece una experiencia extrasensorial armoniosa con la naturaleza y de concientización de su ser a través del turismo, pues no se trata sólo de viajar y conocer nuevos lugares, es un viaje al interior de su ser, de nuevas culturas y de una experiencia que jamás olvidará.

La organización Turismo Positivo Colombia está comprometida en brindar un servicio de calidad, oportuno y único en el mercado, está dispuesta a entregar excelencia en cada uno de sus servicios, es por esto que ha decidido implementar el sistema de gestión de calidad, buscando satisfacer sus clientes y dándoles el lugar que merecen, logrando la mejora continua de sus servicios y ofreciendo un equipo humano de calidad para servirle al cliente y cumplir sus expectativas.

### **11.2.2. Comunicación de la política de la calidad**

La Norma ISO 9001:2015 establece que la política de la calidad debe:

- a) estar disponible y mantenerse como información documentada;
- b) comunicarse, entenderse y aplicarse dentro de la organización;
- c) estar disponible para las partes interesadas pertinentes, según corresponda.

Por consiguiente, la política de calidad, será divulgada a través de la página web de Turismo Positivo Colombia, con el fin de darla a conocer a las partes interesadas, así mismo será visible en los murales de entrada a la organización y en las oficinas del equipo de trabajo. También, se realizará socialización de la misma con los colaboradores de la organización y se mantendrá en la carpeta compartida en línea en sus correos electrónicos, donde podrá ser visualizada y consultada en el momento en que lo deseen.

### **11.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización**

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen, se comuniquen y se entiendan en toda la organización.

La alta dirección debe asignar la responsabilidad y autoridad para:

a) asegurarse de que el sistema de gestión de la calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional;

b) asegurarse de que los procesos están generando y proporcionando las salidas previstas;

c) informar, en particular, a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y sobre las oportunidades de mejora.

d) asegurarse de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización;

e) asegurarse de que la integridad del sistema de gestión de la calidad se mantiene cuando se planifican e implementan cambios en el sistema de gestión de la calidad.

Como consecuencia de este requerimiento de la norma, se hace entonces necesario asignar responsabilidades a los roles que cada integrante del equipo de trabajo tiene, para ello se hace uso de la herramienta Matriz RACI, que permite asignar responsabilidades en un equipo de trabajo. En este se cumplen cuatro funciones fundamentales: R, responsable; A, aprobador; C, consultado e I, informado. (Ver anexo 4)

## 12. INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD

Los indicadores de sostenibilidad, permiten evaluar el nivel de cumplimiento frente a lo que la empresa Turismo Positivo Colombia ha propuesto en sus objetivos y lo que logra en su quehacer diario. Los indicadores evalúan, por tanto, el logro de objetivos que le permiten a un negocio ser exitoso, condensando de forma numérica el grado de sostenibilidad del mismo; pero representan además una oportunidad de planificar y gestionar los recursos de la organización, pues en la medida en que no se vea el cumplimiento esperado, podrá la empresa tomar medidas correctivas y de mejoramiento para llegar finalmente a los niveles deseados.

En la política de calidad planteada para empresa Turismo Positivo Colombia, se hace énfasis en la búsqueda de la excelencia, por tanto los indicadores de sostenibilidad serán los parámetros que evalúen este corresponder a los objetivos de la organización.

INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD TURISMO POSITIVO COLOMBIA								
No.	Tipo de indicador	Nombre del indicador	Fórmula	Unidad de medida	Meta	Frecuencia de medición	Límite insatisfactorio	Límite satisfactorio
1	Calidad	Satisfacción del cliente	Cientes satisfechos / Total de clientes atendidos	%	100%	Trimestral	60%	80%
2	Eficiencia	Eficiencia en la capacidad instalada	Capacidad instalada/ Clientes atendidos	%	100%	Mensual	60%	80%
3	Efectividad	Efectividad en ventas	Planes vendidos/ Meta de ventas	%	90%	Mensual	70%	80%
4	Competitividad	Participación en el mercado	Participación en el mercado año anterior/ participación en el mercado año actual	%	40%	Anual	10%	20%
5	De sostenibilidad social	Impacto de empleo en las comunidades involucradas	Empleos ocupados por las poblaciones turísticas/ Total de empleos creados	%	70%	Semestral	50%	60%
6	De Presión sobre el territorio: para la empresa Turismo Positivo Colombia, es importante evaluar el Número de visitas realiza de manera mensual, esto para identificar los períodos en que se registran mayor número de visitas por territorio							

### 13. ACCIONES DE MEJORA

Las acciones de mejora propuestas en el presente trabajo, corresponden a las recomendaciones más adecuadas para la empresa turismo positivo respecto al enfoque de gestión de calidad y actividades necesarias para estar en un nivel competitivo en el mercado y en el ámbito social.

1. Es necesario comprender el vínculo de factores internos y externos que afectan de manera directa e indirecta el funcionamiento de la empresa, analizando de manera sistémica el entorno como, las tendencias económicas, la competencia, la innovación tecnológica, la situación social, la evolución del mercado y todos los componentes internos de la fuerza comercial, la cultura empresarial, situación financiera, recurso humano y la gestión interna en todas las actividades que se realizan; de esta manera determinar con los resultados el alcance del sistema de Gestión que la empresa requiere, a su vez conocer los riesgos y oportunidades a los que se enfrenta la empresa.
2. Para la empresa Turismo Positivo, se formularon los numerales de norma Contexto de la organización y liderazgo, como inicio y entrada al sistema de Gestión de calidad, sin embargo, es importante que la compañía, gestione la continuación de los numerales siguientes de la norma NTC ISO 9001:2015, con el fin de tener un completo y adecuado proceso de Gestión de calidad que les permita una certificación en los procesos de mayor importancia, aprovechando estas actividades como una tendencia referencial y de respaldo para los clientes.

3. Para continuar con el proceso de desarrollo de la Norma ISO 9001:2015, es importante generar instructivos y procedimientos, para la elaboración y control de documentos, buscando que la información siempre esté disponible para todo el equipo de trabajo, para ello se debe sistematizar el manejo de documentos y aplicar sin falta la ficha de los procesos, a su vez documentar todas las actividades establecidas que garanticen la trazabilidad de la información, su correcta actualización y el registro oportuno de documentos incorporando programas que garanticen su seguridad y control.
4. La gerencia debe ejercer y mostrar su liderazgo, asegurando el correcto desempeño de las actividades y procesos internos de manera que todo el equipo de trabajo, labore encaminada a los objetivos empresariales, sin perder de vista el papel que desempeña en el desarrollo del proyecto, estableciendo estrategias para lograr el compromiso y liderazgo adecuado de cada funcionario desde su cargo y ocupación, sin desconocer que también se debe delegar funciones, hacer seguimiento a resultados y encaminar su rol al cumplimiento de los numerales de la norma establecidos.
5. A través de los numerales desarrollados, se sugiere como plan de acción fortalecer y trabajar de manera organizada el enfoque al cliente, estableciendo una política para el manejo de PQRS, ya que aún no se cuenta con la metodología para la recepción, el tratamiento y cierre de las preguntas, quejas, reclamos o solicitudes que la empresa reciba. De igual forma se hace necesario optimizar las actividades asociadas al proceso, para fortalecer la relación con los clientes y buscar las estrategias adecuadas para cumplir sus expectativas y necesidades, logrando su fidelización.

## 14. CONCLUSIONES

El sistema de gestión de calidad acorde a la Norma ISO 9001:2015, se ha convertido en una exigencia indispensable para la sobrevivencia de las organizaciones, por tanto, para ser competitivas a nivel regional y por supuesto a nivel global, las entidades deberán tomar conciencia que es requisito primordial cumplir con los requerimientos exigidos por la norma, pues el cliente está cada día más informado y por lo tanto es más exigente, a la hora de escoger sus proveedores de productos y servicios.

El diagnóstico de la organización, permitió por primera vez identificar el real estado de la organización identificando sus debilidades y fortalezas, así como sus amenazas y potenciales oportunidades, esto a su vez da la posibilidad a Turismo Positivo Colombia, de tomar acciones de mejora y de minimización de riesgos desde un punto de vista más objetivo y consciente de sus limitaciones y posibilidades.

Finalmente se tiene como resultado, la modelación de los numerales Contexto de la organización y liderazgo, sugeridos a la empresa Turismo Positivo Colombia, que les permitirá establecer las bases para iniciar el camino hacia la implementación de la Norma ISO 9001:2015, mejorando su enfoque a procesos, eficiencia en los mismos y resultados deseados, principalmente logrando la satisfacción del cliente y su desarrollo competitivo en un mercado que exige estar a la vanguardia de los parámetros mundiales, pues no implementar un sistema de gestión, condena a la organización al fracaso, pues no tener un enfoque a procesos encaminado a la satisfacción del cliente, no le permitirá suplir las necesidades de estos, pero además generará inoperancia en la organización.

## 15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. 2008. El Buen Vivir, una oportunidad por construir. Ecuador Debate, Quito, 75: 33-47
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(2), 291-303
- Campos, G. y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Ximahi, VII (13), 45-60
- Cortés, J.M. (2017). Sistemas de gestión de calidad (Iso 9001:2015). Málaga, España: Interconsulting Bureau S.L
- Cubillos, M. C., y Rozo, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. Revista de la Universidad de la Salle, (48), 80-99.
- Dalles, P. 2012. El turismo y sus antecedentes históricos- Historia y Geografía. Recuperado de <http://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/escolar/el-turismo-ysus-antecedentes-historicos-468250.html>
- Fayos-Solá, E. (1994). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. Estudios turísticos, 123, 5-10.
- Gómez, A., Restrepo, G., & González-Gómez, P. E. (2004). Turismo en el eje cafetero. Ensayos Sobre Economía Regional; No. 12.
- Juran, J. M., & Medina, J. N. (1990). Juran y el liderazgo para la calidad: manual para ejecutivos. Ediciones Díaz de Santos.



- Monsalve, C., y Hernández, S. I. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*, (78), 160-173.
- NTC ISO 9000. (2015). *Sistemas de Gestión de Calidad. Fundamentos y vocabulario*. Bogotá D.C: ICONTEC (2), 2015. Recuperado de <https://www.ramajudicial.gov.co/documents/5454330/14491339/d2.+NTC+ISO+9000-2015.pdf/ccb4b35c-ee63-44b5-ba1e-7459f8714031>
- NTC ISO 9001. (2015). *Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos*. Bogotá D.C: ICONTEC (4), 2015. Recuperado de [http://www.minvivienda.gov.co/Documents/Sobre%20el%20Ministerio/Sistemas-de-Gestión/NTC\\_ISO\\_9001\\_2015.pdf](http://www.minvivienda.gov.co/Documents/Sobre%20el%20Ministerio/Sistemas-de-Gestión/NTC_ISO_9001_2015.pdf)
- Torres, K. M., Ruiz, T. S., Solis, L., & Martínez, F. (2012). Calidad y su evolución: una revisión. *Dimensión empresarial*, 10(2), 100-107
- Uribe, S., y Gaitán-Guerrero, L. A. (2013). Impacto de la Inversión Extranjera Directa en el Sector Hotelero Colombiano (Impact of Foreign Direct Investment on the Colombian Hotel Sector). *Revista Ad-Minister*, (22), 83-94.

## 16. ANEXOS

### Anexo 1. Matriz DOFA



## Anexo 2. Matriz de identificación de partes interesadas

<b>MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PARTES INTERESADAS</b>		
<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>NECESIDADES Y EXPECTATIVAS</b>	<b>ACCIONES A EMPRENDER</b>
<b>CLIENTES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia inolvidable</li> <li>- Cumplimiento en el servicio</li> <li>- Momento de relajación y esparcimiento</li> <li>- Tarifas acordes al mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer un servicio de calidad</li> <li>- Control y mejora en los procesos</li> <li>- Encuestas de satisfacción</li> <li>- Cumplimiento frente al servicio ofrecido y el servicio entregado</li> <li>- Planificación del servicio</li> <li>- Procedimientos claramente establecidos</li> </ul>
<b>EMPLEADOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estabilidad laboral</li> <li>- Capacitación constante</li> <li>- Salarios justos</li> <li>- Lugar de trabajo seguro</li> <li>- Cumplimiento en sus derechos laborales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planes de bienestar laboral</li> <li>- Generar un óptimo clima laboral</li> <li>- Cumplimiento frente a la normatividad laboral</li> <li>- Evaluación del desempeño clara, completa y veraz</li> <li>- Brindar espacios de retroalimentación</li> <li>- Plan de capacitación y formación</li> </ul>
<b>GERENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productividad y rentabilidad</li> <li>- Expansión y crecimiento</li> <li>- Satisfacción del cliente</li> <li>- Eficiencia en los procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis DOFA para toma de decisiones</li> <li>- Control de los procesos haciéndolos más eficientes</li> <li>- Control de Registros contables</li> <li>- Plan de marketing y publicidad</li> </ul>
<b>PROVEEDORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Información clara y precisa frente a las negociaciones y contratos</li> <li>- Cumplimiento en el pago y en cada uno de los aspectos pactados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar la información amplia y suficiente para la contratación</li> <li>- Diseñar los procedimientos en el manejo de proveedores para que el proceso sea eficiente y transparente.</li> <li>- Requisitos de contratación precisos y pagos oportunos según lo establecido</li> </ul>

### Anexo 3. Matriz PESTEL

MATRIZ PESTEL		
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>POLÍTICOS</b>	La firma del acuerdo de paz con las FARC, ha generado percepción de seguridad frente al mundo sobre Colombia. Colombia tiene políticas de Turismo que benefician al sector, como la de Turismo, Paz y Convivencia que involucran a las comunidades para el desarrollo de las mismas a través del turismo	A pesar del tratado de paz, en Colombia aún existe un alto índice de hechos vandálicos que afectan la imagen del país en el exterior. Las recientes polémicas que han rodeado al proceso de paz pone el tela de juicio el terreno abonado frente a este y que favorecía la imagen del país en el exterior
<b>ECONÓMICOS</b>	La Inversión Extranjera Directa para el año 2018 en el sector turístico, presentó crecimiento frente al año 2017 y se proyecta que será aún mayor para el año 2019	El sector turismo, presenta un aumento constante desde el año 2005 a la fecha, en la representación del PIB El desempleo en Colombia aumentó al 12,8%, complicando la situación económica del país
<b>SOCIALES</b>	La autenticidad de la cultura y los paisajes cafeteros, representan un atractivo para el exterior, impactando de manera positiva las poblaciones involucradas en el turismo. Colombia es un país biodiverso, lo que lo hace atractivo como destino turístico	Existen poblaciones que se ven afectadas y rechazan el turismo, cuando este es llevado a cabo de manera masiva e irresponsable. Aunque no es el caso del eje Cafetero, podría presentarse
<b>TECNOLÓGICOS</b>	El desarrollo de la tecnología, ha favorecido enormemente a este sector, permitiéndole gozar de acceso al Big Data gestionando de manera inteligente la información de sus clientes actuales y potenciales. Acceso y conocimiento completo de las necesidades del cliente.	Robotización de los servicios, que si bien podría ser una ventaja, representa a su vez una amenaza para el nivel de empleo que genera el sector turístico
<b>ECOLÓGICOS</b>	El Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, planteó la política para el desarrollo del ecoturismo en Colombia, impulsando las actividades turísticas sostenibles El Turismo Positivo, se impone a nivel mundial como una tendencia del sector, que busca experiencias fuera de lo común y ofrece una experiencia única	La amenaza de algunos paisajes colombianos, ha provocado el cierre de ciertos destinos turísticos, que se han visto afectados por el turismo irresponsable, lo que limita el acceso a estos destinos
<b>LEGALES</b>	La legislación y políticas actuales en Colombia, favorecen el desarrollo del turismo en el país,	Poca flexibilización en la normatividad de los guías turísticos Cambios en las políticas y normatividad vigente que implicaría un cambio en todo el sector

#### Anexo 4. Matriz RACI

MATRIZ RACI TURISMO POSITIVO COLOMBIA				
RESPONSABILIDADES	ROLES			
	ALTA GERENCIA	DIRECTORES DE ÁREA	AUXILIARES	EQUIPO DE SGC
Identificar requisitos de la Norma ISO 9001:2015	A	C	I	R
Definir el marco básico del SGC	A	C	I	R
Evaluación del desempeño del sistema de gestión de calidad	A	C	I	R
Asegurarse de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización (control del sistema)	A	C	C	R
Mantenimiento de la integridad del sistema de gestión de la calidad	A	C	C	R
Liderazgo y comunicación del SGC	R	I	I	I
Liderazgo y comunicación del SGC	A	I	I	R

**R** - Responsable

**A** - Aprobador

**C** - Consultado

**I** - Informado