

**DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO
STANDARES DE ISO 9001 VERSION 2000 PARA
SERTEL LTDA-BUCARAMANGA
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO**

**JEANNETH CARRILLO RAMIREZ
JUAN MANUEL OVIEDO AYALA**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2006

**DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD BAJO
STANDARES DE ISO 9001 VERSION 2000 PARA
SERTEL LTDA-BUCARAMANGA
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO**

**JEANNETH CARRILLO RAMIREZ
JUAN MANUEL OVIEDO AYALA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional de Gestión Empresarial**

**Director del Proyecto:
ING. SIOMARA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2006

AGRADECIMIENTO

Doy un agradecimiento a mi esposa y a mis hijas, por su apoyo incondicional, porque fueron el pilar de este sueño, de igual forma a todas las personas que contribuyeron en este proceso hasta llegar a la meta.

Juan Manuel Oviedo Ayala

El principal agradecimiento es a Dios porque me brindó una vida llena de éxitos, oportunidades, sabiduría, para poder llegar a alcanzar este logro, a la vez agradezco a mis padres, hermana, amigos, profesores que me brindaron sus conocimientos, comprensión, amor y dedicación para cumplir otra meta más en mi vida.

Jeanneth Carrillo Ramirez

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	14
1.1 OBJETIVOS	14
1.1.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.2 JUSTIFICACIÓN	15
2. MARCO TEORICO	16
2.1 CALIDAD	16
2.1.1 Principales filosofías de Calidad	17
2.1.2 Mejoramiento continuo	20
2.2 NORMAS SOBRE SISTEMAS DE GESTION	20
2.3 LAS NORMAS ISO 9000	22
2.3.1 Beneficios de los sistemas de calidad basados en ISO 9000	23
2.3.2 Principios de la norma ISO 9000.	23
2.4 GENERALIDADES SOBRE DOCUMENTACIÓN	31
2.4.1 Importancia de la documentación	31
2.4.2 Tipos de documentos	31
2.4.3 Requisitos de documentación.	32
3. PRESENTACION DE LA EMPRESA	33
3.1 ACTIVIDAD	34
3.2 DOMICILIO LEGAL	34
3.3 CLIENTES	35
3.4 INFRAESTRUCTURA	35
3.5 ORGANIZACIÓN INTERNA	36

4.	DIAGNÓSTICO DE LA AGENCIA	37
4.1	REVISIÓN DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE SERTEL LTDA.	37
4.1.1	Análisis interno.	37
4.1.2	Análisis externo	38
4.1.3	Revisión de la misión y visión de la agencia.	39
4.1.4	Objetivos estratégicos	39
4.1.5	Plan de acción estratégico.	40
4.2	DIAGNÓSTICO DEL S.G.C.	41
4.3	CUESTIONARIO TALLER DIAGNÓSTICO	42
4.4	EVALUACIÓN DEL TALLER DIAGNÓSTICO	58
5.	SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD	62
5.1	MISIÓN SERTEL LTDA	62
5.2	VISIÓN SERTEL LTDA.	62
5.3	POLÍTICA DE CALIDAD	62
5.3.1	Objetivos de calidad	62
5.3.1.1	Alcance y exclusiones.	63
6.	SENSIBILIZACIÓN	64
7.	DOCUMENTACIÓN	65
7.1	LEVANTAMIENTO DE LA DOCUMENTACIÓN	65
7.1.1	Caracterizaciones.	68
7.1.2	Procedimientos documentados.	81
7.1.3	Registros.	81
7.1.4	Manual de calidad.	81
7.2	RECURSOS HUMANOS	81
7.2.1	Gestión Humana.	81

7.2.2 Ambiente de trabajo.	84
7.2.3 Infraestructura.	84
7.2.4 Procesos relacionados con el cliente y satisfacción del cliente.	85
7.2.5 Compras.	87
7.3 PROCESO MISIONAL	87
7.3.1 Prestación del servicio (VENTA DE PAQUETES TURISTICOS).	87
7.4 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA	89
7.4.1 Control de documentos.	89
7.4.2 Control de registros.	91
7.4.3 Auditorias Internas.	92
7.4.4 Control de producto no conforme.	93
7.4.5 Acciones correctivas.	93
7.4.6 Acciones preventivas.	94
8. SISTEMA DE INDICADORES DE GESTIÓN	95
9. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	97
10. CONCLUSIONES	100
11. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES	101
12. BIBLIOGRAFÍA	102

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Plan de acción SERTEL LTDA.	40
Tabla 2	Diagnóstico SGC Numeral 4	43
Tabla 3	Diagnóstico SGC Numeral 5	46
Tabla 4	Diagnóstico SGC Numeral 6	49
Tabla 5	Diagnóstico SGC Numeral 7	51
Tabla 6	Diagnóstico SGC Numeral 8	52
Tabla 7	Plan de implementación del S.G.C.	97

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. MANUAL DE CALIDAD	103
ANEXO 2. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	130
• PROCESO DE LA PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD	131
• PROCESO GESTIÓN HUMANA	165
• PROCESO GESTIÓN DE COMPRAS	176
• PROCESO DE INFRAESTRUCTURA	185
• PROCESO DE GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE	191
• PROCESO DE VENTAS DE PASAJES TURISTICOS	196
ANEXO 3. TABLEROS DE INDICADORES DE GESTION SERTEL	202
ANEXO 4. LISTA MAESTRA DE DOCUMENTOS SERTEL	208

RESUMEN

TÍTULO: DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO STANDARES DE ISO 9001 VERSION 2000 PARA SERTEL LTDA-BUCARAMANGA AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO*.

AUTORES:

JEANNETH CARRILLO RAMIREZ Y JUAN MANUEL OVIEDO AYALA**.

PALABRAS CLAVES: Calidad, Normas ISO, Documentación, Registros, Turismo.

DESCRIPCIÓN

La necesidad de diseñar un sistema de gestión de calidad ISO 9000 versión 2000, por la importancia de proyectar hacia sus clientes internos y externos una alta calidad de sus servicios y procesos. La calidad es lo primordial lo que permitirá orientar las fuerzas hacia un criterio de eficiencia, ventajas competitivas, mejor rentabilidad, mejoras en la productividad, motivación y compromiso por parte del personal.

Para realizar el diseño se comenzó a partir de la revisión del direccionamiento estratégico de la agencia, visitando las instalaciones y practicando entrevistas con el personal, con la que se concluyó las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que tenía la agencia conformando un plan de acción estratégico. Conociendo la evaluación realizada en el diagnostico se percibió la necesidad que el personal se sensibilice y se capacite en todos los temas relacionados con el SGC y el mejoramiento de los procesos y la calidad del servicio.

Para establecer el SGC, es importante desde el principio establecer metas claras y definir un plan de acción a seguir, la sensibilización del personal será una parte definitiva en la implementación, la cual deberá ser muy bien planeada por la dirección, siendo muy dinámica para que ellos se sientan comprometidos con el aprendizaje de la norma; la colaboración de todo el persona, sin importar el tamaño de la organización será vital para el desarrollo del diseño y finalmente para la implementación es necesario la participación de personas externas en el tema, para evitar que se incurra en errores, confusiones u omisiones, dada la inexperiencia o la falta de conocimiento de los implicados en el proyecto.

* Trabajo de Investigación.

** Instituto de educación a distancia. Gestión Empresarial. ING. Siomara Hernández Sánchez.

SUMMARY

Title: Design of a quality management system under ISO 9001 standards version 2000 for SERTEL Ltd-Bucaramanga tourism agency wholesaler*.

AUTHORS:

JEANNETH CARRILLO RAMIREZ Y JUAN MANUEL OVIEDO AYALA**

Key Words: Quality, ISO Norm, Documentation, Register, *Tourism*.

DESCRIPTION

The need to design an ISO 9000 version 2000 quality management system, for the importance to project to its internal and external clients a high quality of its services and processes. Quality is primordial and that will allow directing the strengths to an efficiency criterion, competitive advantages, better income-yield capacity, improvements in the productivity, motivation and compromise of the personnel.

To make a design, it was started from the revision of the strategic routing of the agency, visiting the facilities and performing interviews with the personnel, by doing that, it was determined the weaknesses, strengths, opportunities and threats that the agency had, conforming a strategic action plan. Knowing the performed evaluation in the diagnostic it was perceived that the personnel need to sensitize and train in all the topics related to SGC and the improvement of the processes and quality service.

To establish the SGC, it is important to establish very clear goals from the beginning and to define an action plan to follow, the sensitizing of the personnel will be a crucial part of the implementation, which has to be well planned by the direction, being very dynamic for them to feel compromised with the learning of the norm; cooperation of any person, no matter the size of the organization will be vital for the development of the design, and finally for the implementation it is necessary the participation of external people in the topic, to avoid mistakes, confusion or omissions, due to the inexperience or lack of knowledge in the ones involved in the project.

* Project of Grade*

** Education Institute at distance. Managerial administration. Ing. Siomara Hernández.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un Fenómeno con rastros en civilizaciones antiguas: Mesopotámica, Egipto, Grecia, Roma. Con auge en la sociedad industrial a finales del siglo XIX. El primer viaje organizado lo llevó a cabo Thomas Cook en Inglaterra. El turismo se ha convertido en uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes desde la década de los cincuenta e impulsó del turismo por disponibilidad de vacaciones pagadas, la tecnología en el transporte y sus facilidades; las comunicaciones y la información.

En la actualidad las organizaciones orientan sus esfuerzos a tener productos y servicios de alta calidad que cumplan plenamente los requisitos y expectativas de sus clientes. Por lo que a la AGENCIA DE VIAJES SERTEL LTDA, se le diseño un sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 versión 2000, con el cual se pretende no solo mantenerse sino ser unas de las agencias mayoristas de viajes más importantes del país, logrando así una ventaja competitiva frente a sus competidores.

La contribución del turismo de eventos al desarrollo turístico de cualquier país es incuestionable. No sólo en volumen de ingresos y de turistas se resume su significativa contribución; como promotor del turismo y formador de nuevas imágenes es quizás donde radica la mayor importancia estratégica que tiene esta modalidad.

Por otra parte, no solo permite acceder a otros sectores y segmentos del mercado que reportan mayores ingresos, sino que esta modalidad permite desarrollar acciones conjuntas en las que podremos poner en práctica la estrategia del diseño del Sistema de Gestión de Calidad.

Este aspecto se expresa en la introducción y acceso a novedosas tecnologías, lo que representa por sí solo escalones de desarrollo y de mayor cultura, al requerir como consecuencia de ello, la formación del personal que sea capaz de operarlas.

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo General

- ❖ Diseñar un sistema de Gestión de Calidad basados en ISO 9000 versión 2000 para alcanzar estándares de desempeño competitivos en los procesos y servicios de la agencia SERTEL LTDA.

1.1.2 Objetivos específicos

- ❖ Realizar el diagnóstico a la agencia de Viajes SERTEL Ltda. , verificando la situación actual, frente a los requisitos exigidos por la norma NTC ISO 9001: 2000.
- ❖ Revisar el direccionamiento estratégico de la Empresa
- ❖ Diseñar y desarrollar el mapa de procesos del sistema de gestión de calidad de toda la organización, documentando todos los procesos, identificando cada responsable y ejerciendo un control suficiente sobre esos procesos, para ello se hará un seguimiento, medición y análisis de los mismos.
- ❖ Diseñar indicadores de gestión y control con el fin de asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar el funcionamiento del diseño de gestión de calidad.
- ❖ Diseñar el plan para el proceso de implementación del Sistema de Gestión de calidad de la agencia.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Actualmente la agencia no cuenta con un programa de desarrollo para la implementación de un diseño de Gestión de calidad, por eso la importancia de proyectar un diseño que sea altamente confiable y acorde a la necesidad.

Se considera que la agencia debe tener un medio de control que identifique los problemas, ya que por ser una empresa de servicios, la calidad es lo primordial lo cual permitirá orientar las fuerzas hacia un criterio de eficiencia. Con base en la información detallada que se tome, se va a desarrollar, organizar y evaluar un diseño que mejore los procesos, la estructura de prestar los servicios, para lograr tener una mejor imagen frente a los clientes internos y externos.

En la agencia se carece de procesos, no ha existido una dinámica hacia el mejoramiento, hacia la construcción y diseño de planes. Se enfatizará en las áreas funcionales, que produzcan cambios en la mejora continua, no se requerirá que la empresa este a la vanguardia de la calidad, pero que al menos se encuentre enfocada a una cultura, de creencias y forma de hacer las cosas de un sistema más participativo que el cambio y las mejoras no sean vistas como una obligación y que exista una vocación hacia el mejoramiento y estén dispuestos a ella.

La obtención de estándares de calidad proporcionará a la agencia una serie de ventajas competitivas, entre las más importantes reducción de costos, mejor rentabilidad, mejoras en la productividad, motivación y compromiso por parte del personal en una cultura de calidad, mejor posicionamiento en el mercado por lo que se requerirá una condición especial que permita que estos resultados sean los esperados.

2. MARCO TEORICO

2.1 CALIDAD

Es la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas implícitas¹. No hay asunto más importante en los negocios de hoy que la calidad, el futuro de nuestra nación depende de nuestra habilidad para ofrecer los bienes y servicios de más alta calidad.

La calidad afecta a una empresa de cuatro maneras.

- ***Costos y participación en el mercado.***

Una calidad mejorada puede conducir a una mayor participación en el mercado y ahorro en el costo. Se ha demostrado que las compañías con más alta calidad son las más productivas. Cuando se consideran los costos, se ha determinado que estos son mínimos cuando el 100% de los bienes o servicios se encuentran perfectos y libres de defectos.

- ***La Imagen de la Compañía.***

Una empresa que desarrolla una baja calidad tiene que trabajar el doble para desprenderse de esta imagen cuando llega la disyuntiva de mejorar.

- ***Responsabilidad del Producto.***

Las organizaciones que diseñan productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizadas por daños o lesiones que resulten de su uso.

¹ **ABADIA JIMÉNEZ, Albert.** CALIDAD: MODELO ISO 9000 VERSION 2000, Ediciones Deusto 2002

- ***Implicaciones Internacionales.***

En esta tecnología la calidad es un asunto internacional; tanto para una compañía como para un país, en la competencia efectiva dentro de la economía global, sus productos deben cumplir con las expectativas de calidad y precio. Los productos inferiores dañan a la empresa y a las naciones, tanto en forma interna como en el extranjero.

2.1.1 Principales filosofías de Calidad. Filosofía de Deming

Establece el siguiente planteamiento:

Cuando se mejora la calidad se logra:

- ✓ Los costos disminuyen debido a menos reproceso.
- ✓ Menor número de errores.
- ✓ Menos demora y obstáculos.
- ✓ Mejor utilización de las maquinas, del tiempo y de los materiales.

Filosofía de Juran.

- ✓ Planificación de la calidad, control de calidad.
- ✓ La planificación de la calidad consiste en desarrollar los productos y procesos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✓ El primer paso para planear la calidad es identificar quienes son los clientes.
- ✓ Para identificar a los clientes hay que seguir el producto para ver sobre quienes repercute.
- ✓ Para comprender las necesidades de los clientes, debemos ir mas allá de las necesidades manifestadas y descubrir las no manifestadas.
- ✓ Las percepciones de los clientes pueden parecerse irreales, pero para los clientes son una realidad y, por lo tanto tenemos que tomarlas en serio.

- ✓ La precisión en asuntos de calidad exige que lo digamos con números
- ✓ Antes de planificar el proceso, deberán ser revisados los objetivos por las personas involucradas.
- ✓ El objetivo óptimo de la calidad tiene que satisfacer las necesidades de los clientes y proveedores por igual.
- ✓ La calidad de una empresa empieza por la planeación de la misma.
- ✓ Muchas empresas tienen que hacer frente a graves pérdidas y desechos, deficiencias del proceso de planeación.

Filosofía de Crosby.

- ✓ Cumplir con los requisitos.
- ✓ Prevención.
- ✓ Cero defectos.
- ✓ Precio de incumplimiento.

Etapas en el Proceso de Mejoramiento de Calidad

- ✓ Compromiso en la dirección.
- ✓ Equipos de mejoramiento de la calidad.
- ✓ Medición de la calidad.
- ✓ Evaluación del costo de la calidad.
- ✓ Concientización de la calidad.
- ✓ Equipos de acción correctiva.
- ✓ Comités de acción.
- ✓ Capacitación.
- ✓ Día cero defectos.
- ✓ Establecimiento de metas.
- ✓ Eliminación de la causa de error.
- ✓ Reconocimiento.
- ✓ Consejo de calidad.
- ✓ Repetir el proceso de mejoramiento de calidad.

Filosofía de Tagushi

Propone la palanca de calidad.

Solo en la etapa de diseño de un producto podemos tomar medidas contra la variabilidad causada por agentes internos, externos y por imperfecciones de manufactura (ruido).

- ✓ La palanca de la Calidad
- ✓ Diseño del producto.
- ✓ Diseño del proceso.
- ✓ Producción.
- ✓ Mejora del producto.

Filosofía de Ishikawa

- ✓ El control total de calidad es hacer lo que se debe hacer en todas las industrias.
- ✓ El control de calidad que no muestra resultados no es control de calidad.
- ✓ Hagamos un control total de calidad que traiga tantas ganancias que no sepamos que hacer con ellas.
- ✓ El control de calidad empieza con educación y termina con educación.
- ✓ Para aplicar el control total de calidad tenemos que ofrecer educación continua para todo, desde el presidente hasta los obreros.
- ✓ El control total de calidad aprovecha lo mejor de cada persona.
- ✓ Cuando se aplica el control total de calidad, la falsedad desaparece de la empresa.
- ✓ El primer paso del control total de calidad es conocer los requisitos de los consumidores.
- ✓ Prever los posibles defectos y reclamos.
- ✓ El control total de calidad llega a su estado ideal cuando ya no requiere de inspección.
- ✓ Elimínese la causa básica y no los síntomas.
- ✓ El control total de calidad es una actividad de grupo.

- ✓ Las actividades de círculos de calidad son parte del control total de calidad.
- ✓ El control total de calidad no es una droga milagrosa.
- ✓ Si no existe liderazgo desde arriba no se insista en el CTC.

2.1.2 Mejoramiento continuo. La administración del control de la calidad requiere de un proceso constante, que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca. En USA utilizan la expresión cero defectos y seis sigma para describir los esfuerzos continuos de mejoramiento. Cualquiera que sea la palabra o frase utilizada, los administradores son figuras claves en la construcción de una cultura de trabajo que apoya el mejoramiento continuo. La calidad es una búsqueda sin fin.

2.2 NORMAS SOBRE SISTEMAS DE GESTION

En la actualidad existen muchas clases de sistemas de gestión, tales como HACCP, OSAS, ISO 14000, aunque a continuación sólo se centrará el tema en el sistema ISO 9000:2000.

ISO. Es la denominación con que se conoce a la International Organization for Standardization (IOS); sin embargo, considerando la tendencia a la estandarización global - homogeneización - que propone dicha organización, es que se le asigna la sigla ISO, vocablo que proviene del griego "iso" que en castellano significa "igual".

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (Comités miembros de la ISO). Los comités técnicos de la ISO se encargan por lo general de la

elaboración de normas internacionales. Los comités miembros nacionales interesados por un tema particular tienen el derecho de formar parte del comité técnico creado para este efecto. Las organizaciones internacionales, tanto gubernamentales como no gubernamentales, relacionadas con la ISO participan igualmente en estos trabajos. La ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI) en lo relativo a la normalización electrotécnica.

Dentro de los estándares internacionales voluntarios elaborados por dicha organización encontramos a los de la familia ISO 9000, referidos a la gestión y aseguramiento de la calidad, e ISO 14000, sobre la gestión ambiental.

Las normas de la serie ISO 9000 están redactadas en términos genéricos y son igualmente aplicables a empresas de servicios tales como bancos, hospitales, hoteles y restaurantes. Se desarrollaron principalmente para ser usadas dentro de las empresas y en las relaciones entre comprador y vendedor. Esta última aplicación implicaba para las empresas la posibilidad de evaluaciones múltiples y, en cierto número de países, la práctica de confiar la evaluación de sistemas de calidad de proveedores a organismos terceros, lo cual se ha desarrollado rápidamente.

En la actualidad no existe ningún mecanismo de la ISO que rija el reconocimiento mutuo de certificados de registro emitidos por organismos terceros a empresas cuyos sistemas de calidad han sido evaluados. Mientras que los certificados ISO 9000 en cuestión no se entregan en nombre de la ISO, se ha considerado necesario que la ISO juegue un papel en la diseminación de información sobre los programas nacionales que operan en los países miembros.

2.3 LAS NORMAS ISO 9000

Son un conjunto de normas y directrices internacionales para la gestión de la calidad que, desde su publicación inicial en 1987, han obtenido una reputación global como base para el establecimiento de sistemas de gestión de la calidad. La versión ISO 9001:2000, emitida por la organización internacional de estandarización (ISO), durante el año 2000, integra las conocidas, ISO 9001, ISO 9002 e ISO 9003 del año 1994. Ésta define los requerimientos de un sistema de gestión de calidad para cualquier organización que necesita demostrar su habilidad para proveer consistentemente producto que satisfice al cliente.

De esta forma, la familia ISO 9000, está compuesta por 4 normas: ISO 9000:2000 Principios y vocabulario, ISO 9001:2000 Requisitos, ISO 9004:2000 Recomendaciones para la mejora del desempeño y una cuarta de apoyo ISO 19011, que regula las auditorías de calidad. El mayor valor se obtiene al utilizar la serie en forma integral, comenzando por ISO 9000:2000 Principios y vocabulario, se adopta ISO 9001:2000 Requisitos con la que se obtiene un primer nivel de desempeño, (todos los requisitos de la norma son genéricos sin interesar el tamaño de la empresa ni el tipo de producto), y se puede obtener la certificación de calidad. Las prácticas descritas en ISO 9004:2000 Recomendaciones para la mejora del desempeño pueden luego ser implantadas para lograr cada vez mayor efectividad en el logro de las metas de la organización.

Para facilitar su uso, ISO 9001:2000 Requisitos e ISO 9004:2000 Recomendaciones han sido desarrolladas como un par consistente. Ambas cuentan con cinco secciones que especifican actividades a considerar al implantar un sistema. Cuatro secciones indican requerimientos que aplican para toda organización: (4) Sistema de gestión de la calidad, (5)

Responsabilidad de la dirección, (6) Gestión de los recursos y (8) Medición, análisis y mejora. De la sección (7) Realización del Producto se podrán excluir apartados que no aplican en una operación determinada, de acuerdo con la naturaleza de la organización.

2.3.1 Beneficios de los sistemas de calidad basados en ISO 9000. Los beneficios tangibles de tales sistemas de la calidad incluyen:

- ✓ Mejor diseño del producto.
- ✓ Mejor calidad del producto.

- ✓ Reducción de desechos, rectificaciones y quejas de los clientes.
- ✓ Eficaz utilización de mano de obra, máquinas y materiales con el resultado de una mayor productividad.
- ✓ Eliminación de cuellos de botella en la producción y creación de un clima de trabajo distendido, lo que conduce a unas buenas relaciones humanas.
- ✓ Creación de una conciencia respecto a la calidad y mayor satisfacción de los empleados en el trabajo, mejorando la cultura de la calidad de la empresa.
- ✓ Mejora de la confianza entre los clientes.
- ✓ Mejora de la imagen y credibilidad de la empresa en los mercados internacionales, lo cual es esencial para el éxito en la actividad exportadora.

2.3.2 Principios de la norma ISO 9000. Los ocho principios de gestión de la calidad en los cuales se basan las normas sobre sistemas de gestión de la calidad de la serie UNE-EN ISO 9000 del año 2000. Estos principios pueden utilizarse por la dirección como un marco de referencia para guiar a las organizaciones hacia la consecución de la mejora del desempeño. Estos principios se derivan de la experiencia colectiva y el conocimiento de los expertos internacionales que participan en el Comité Técnico de ISO 176

(ISO/TC 176), Gestión de la calidad y aseguramiento de la calidad, el cual es responsable de desarrollar y mantener actualizadas las normas ISO 9000.

Principio 1 – Organización orientada al cliente

Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas.

Beneficios clave:

- ✓ Aumento de los ingresos y de la cuota de mercado a través de una respuesta flexible y rápida a las oportunidades del mercado.
- ✓ Aumento de la eficacia en el uso de los recursos de una organización para aumentar la satisfacción del cliente.
- ✓ Mejora de la fidelidad del cliente, lo cual conduce a la continuidad en los negocios.

La aplicación del principio de enfoque al cliente normalmente conduce a:

- ✓ Estudiar y comprender las necesidades y expectativas del cliente.
- ✓ Asegurarse de que los objetivos y metas de la organización están ligadas a las necesidades y expectativas del cliente.
- ✓ Comunicar las necesidades y expectativas del cliente a toda la organización.
- ✓ Medir la satisfacción del cliente y actuar sobre los resultados.
- ✓ Gestionar de forma sistemática las relaciones con los clientes.
- ✓ Asegurar el equilibrio entre la satisfacción de los clientes y de las otras partes interesadas (tales como propietarios, empleados, proveedores, financieros, comunidades locales y la sociedad en general).

Principio 2 - Liderazgo

Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la dirección de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Beneficios clave:

- ✓ El personal entenderá y estará motivado hacia los objetivos y metas de la organización.
- ✓ Las actividades se evalúan, alinean e implementan de una forma integrada.
- ✓ La falta de comunicación entre los niveles de una organización se reducirá

La aplicación del principio de liderazgo conduce normalmente a:

- ✓ Considerar las necesidades de todas las partes interesadas incluyendo clientes, propietarios, personal, proveedores, financieros, comunidad local y la sociedad en general.
- ✓ Establecer una clara visión del futuro de la organización.
- ✓ Establecer objetivos y metas desafiantes.
- ✓ Crear y mantener valores compartidos, imparcialidad y modelos éticos de comportamiento en todos los niveles de la organización.
- ✓ Crear confianza y eliminar temores.
- ✓ Proporcionar al personal los recursos necesarios, la formación y la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad.
- ✓ Inspirar, animar y reconocer las contribuciones del personal.

Principio 3 – Participación del personal

El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total implicación posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización

Beneficios clave:

- ✓ Un personal motivado, involucrado y comprometido dentro de la organización.
- ✓ Innovación y creatividad en promover los objetivos de la organización.
- ✓ Un personal valorado por su trabajo.
- ✓ Un personal deseoso de participar y contribuir a la mejora continua.

La aplicación del principio de participación del personal, normalmente conduce a:

- ✓ Comprender la importancia de su contribución y su papel en la organización.
- ✓ Identificar las limitaciones en su trabajo.
- ✓ Aceptar la responsabilidad de los problemas y de su resolución.
- ✓ Evaluar su actuación de acuerdo a sus objetivos y metas personales.
- ✓ Búsqueda activa de oportunidades para aumentar sus competencias, conocimiento y experiencia.
- ✓ Compartir libremente conocimientos y experiencia.
- ✓ Discutir abiertamente los problemas y cuestiones.

Principio 4 – Enfoque basado en procesos

Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Beneficios clave:

- ✓ Reducción de costos y tiempos mediante el uso eficaz de los recursos.
- ✓ Resultados mejorados, coherentes y predecibles.
- ✓ Permite que las oportunidades de mejora estén centradas y priorizadas.

La aplicación del principio de enfoque basado en procesos normalmente conduce a:

- ✓ Definir sistemáticamente de las actividades necesarias para lograr el resultado deseado.
- ✓ Establecer responsabilidades y obligaciones claras para la gestión de las actividades clave.
- ✓ Analizar y medir la capacidad de las actividades clave.
- ✓ Identificar las interfaces de las actividades clave dentro y entre las funciones de la organización.
- ✓ Centrarse en los factores, tales como, recursos, métodos y materiales, que mejorarán las actividades clave de la organización.
- ✓ Evaluar los riesgos, consecuencias e impactos de las actividades en los clientes, proveedores y otras partes interesadas.

Principio 5 – Enfoque de sistema para la gestión

Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Beneficios clave:

- ✓ Integración y alineación de los procesos que alcanzarán mejor los resultados deseados.
- ✓ La capacidad para enfocar los esfuerzos en los procesos principales.

- ✓ Proporcionar confianza a las partes interesadas en la coherencia, eficacia y eficiencia de la organización.

La aplicación del principio de enfoque de sistema para la gestión normalmente conduce a:

- ✓ Estructurar un sistema para alcanzar los objetivos de la organización de la forma más eficaz y eficiente.
- ✓ Entender las interdependencias existentes entre los diferentes procesos del sistema.
- ✓ Estructurar los enfoques que armonizan e integran los procesos.
- ✓ Proporcionar una mejor interpretación de los papeles y responsabilidades necesarias para la consecución de los objetivos comunes, y así reducir barreras ínter funcional.
- ✓ Entender las capacidades organizativas y establecer las limitaciones de los recursos antes de actuar.
- ✓ Definir y establecer como objetivo la forma en que deberían funcionar las actividades específicas dentro del sistema.
- ✓ Mejorar continuamente el sistema a través de la medición y la evaluación.

Principio 6 – Mejora continua

La mejora continua en el desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Beneficios clave:

- ✓ Incrementar la ventaja competitiva a través de la mejora de las capacidades organizativas.
- ✓ Alineación de las actividades de mejora a todos los niveles con la estrategia organizativa establecida.

- ✓ Flexibilidad para reaccionar rápidamente a las oportunidades.

La aplicación del principio de mejora continua normalmente conduce a:

- ✓ Aplicar un enfoque a toda la organización coherente para la mejora continua del desempeño de la organización.
- ✓ Proporcionar al personal de la organización formación en los métodos y herramientas de la mejora continua.
- ✓ Hacer que la mejora continua de los productos, procesos y sistemas sea un objetivo para cada persona dentro de la organización.
- ✓ Establecer objetivos para orientar la mejora continua, y medidas para hacer el seguimiento de la misma.
- ✓ Reconocer y admitir las mejoras.

Principio 7 – Enfoque basado en hechos para la toma de decisión

Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Beneficios clave:

- ✓ Decisiones basadas en información.
- ✓ Aumento de la capacidad para demostrar la eficacia de decisiones anteriores a través de la referencia a registros objetivos.
- ✓ Aumento de la capacidad para revisar, cuestionar y cambiar las opiniones y decisiones.

La aplicación del principio de enfoque basado en hechos para la toma de decisión normalmente conduce a:

- ✓ Asegurarse de que los datos y la información son suficientemente precisos y fiables.
- ✓ Hacer accesibles los datos a quienes los necesiten.

- ✓ Analizar los datos y la información empleando métodos válidos.
- ✓ Tomar decisiones y emprender acciones en base al análisis objetivo, en equilibrio con la experiencia y la intuición.

Principio 8 – Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor

Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Beneficios clave:

- ✓ Aumento de la capacidad de crear valor para ambas partes.
- ✓ Flexibilidad y rapidez de respuesta de forma conjunta a un mercado cambiante o a las necesidades y expectativas del cliente.
- ✓ Optimización de costos y recursos.

La aplicación del principio de relación mutuamente beneficiosa con el proveedor normalmente conduce a:

- ✓ Establecer relaciones que equilibren los beneficios a corto plazo con las consideraciones a largo plazo.
- ✓ Poner en común experiencia y recursos con los aliados de negocio.
- ✓ Identificar y seleccionar los proveedores clave.
- ✓ Comunicación clara y abierta.
- ✓ Compartir información y planes futuros.
- ✓ Establecer actividades conjuntas de desarrollo y mejora.
- ✓ Inspirar, animar y reconocer las mejoras y los logros obtenidos por los proveedores.

2.4 GENERALIDADES SOBRE DOCUMENTACIÓN

Un documento consiste en la información es decir los datos que poseen significado y su medio de soporte². Los documentos son la forma como la empresa provee información para el desempeño de las actividades.

En la Norma ISO 9001 la palabra “ documento” es utilizada para cubrir la forma como usted provee la información que en su organización requieren para desempeñar las actividades.

2.4.1 Importancia de la documentación. La utilización de la documentación en una empresa contribuye a:

- ✓ Lograr el cumplimiento de los requisitos del cliente y la mejora de la calidad.
- ✓ Proveer la formación apropiada.
- ✓ La Repetibilidad y la Trazabilidad.
- ✓ Proporcionar evidencias objetivas.
- ✓ Evaluar la eficacia y la idoneidad continua del S.G.C.

2.4.2 Tipos de documentos

- Los documentos que proporcionan información consistente, interna y externamente sobre el S.G.C. (Manual de Calidad)
- Los documentos que describen como se aplica el S.G.C. en un producto, proyecto o contrato. (Planes de calidad)
- Los documentos que establecen requisitos (especificaciones), recomendaciones o sugerencias. (Guías)

² **INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN.** Norma técnica colombiana NTC ISO 9000:2000. Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario. Bogotá: ICONTEC, 2000. p. 20

- Los documentos que proporcionan información sobre como efectuar las actividades y los procesos de manera consistente. (Procedimientos, instrucciones de trabajo, planos)
- Los documentos que proporcionan evidencia objetiva de las actividades realizadas o resultados obtenidos. (Registros)

Cada organización determina cual es la documentación requerida y cuál es el medio para su utilización. La documentación puede estar en cualquier tipo de medio.

2.4.3 Requisitos de documentación. Aunque la norma no define todos los documentos que debe poseer un sistema de gestión de la calidad, existen ciertos documentos de carácter obligatorio los cuales son:

- ✓ Política de la Calidad y de Objetivos de la calidad.
- ✓ Manual de la calidad
- ✓ Los procedimientos documentados requeridos
- ✓ Los documentos necesitados por la organización para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos.
- ✓ Los registros requeridos.

La Norma ISO 9001 exige seis numerales en los cuales se debe describir mediante procedimiento documentado, como su organización desempeña la actividad descrita en cada uno de los requisitos. Estos numerales son los siguientes:

- 4.2.3 Control de los documentos
- 4.2.4 Control de los registros
- 8.2.2 Auditoria Interna
- 8.3 Control del producto no conforme
- 8.5.2 Acción correctiva
- 8.5.3 Acción preventiva

3. PRESENTACION DE LA EMPRESA

SERTEL LTDA, Mayorista de Turismo, está debidamente constituida hace 19 años (desde 1988) y registrada ante el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo bajo el REGISTRO NACIONAL DE TURISMO # 6192

Sertel Ltda.. fué creado especialmente para atender a sus mas importantes clientes, las agencias de viajes en Colombia y el exterior.

En la actualidad cuenta con tres oficinas a nivel nacional, siendo Bogotá la sede principal y como sucursales oficinas en Pereira y Bucaramanga, quienes en cada una de estas ciudades atienden debidamente las necesidades de Bogotá - a la capital y sus alrededores Villavicencio, Boyacá, Tolima, Pereira - todo el eje cafetero, Bucaramanga - los Santanderes.

Igualmente cuenta con representantes en las ciudades Cúcuta, Cali y Medellín. Sus oficinas cuentan con personal calificado y el recurso tecnológico suficiente y capacitado para atender y prestar un excelente servicio, lo que ha dado como resultado un amplio reconocimiento por parte de hoteleros y operadores a nivel nacional e internacional en algunos países, igualmente ha permitido el aval de líneas aéreas como Avianca, Aerorepública, Satena, Aires, Iberia, entre otras.

En la actualidad representan hoteles a nivel nacional en destinos como: Cartagena. Santa marta, San Andrés y Providencia, Bahía solano, Quindío, La Guajira, Eje cafetero, Capurgana. y en el ámbito internacional, hoteles importantes de Costa rica, Panamá, Cuba, Isla margarita, Guatemala, Europa, Suramérica y La Florida.

La agencia de viajes tuvo por muchos la representación exclusiva del plan 25 de la aerolínea SAM lo que la convirtió en el único mayorista en el país que vendía la isla de San Andrés.

Para lograr un crecimiento significativo a través del tiempo, se han hecho alianzas estratégicas con empresas afines como Sol charter, los Nómadas, Viva viajando y central internacional de congresos, entre todos conforman un bloque llamado "Charter group", que permite una mayor capacidad de negociación tanto con los hoteleros como con las aerolíneas por el alto volumen de pasajeros que se manejan.

3.1 ACTIVIDAD

Es la venta de paquetes turísticos a las agencias de viajes minoristas a nivel nacional e internacional. El paquete turístico es un conglomerado de servicios que incluye alojamiento, tiquetes alimentación, receptivos a gusto de los clientes. Para ofrecer a los clientes un paquete turístico, la empresa realiza los contactos con los proveedores de cada uno de estos servicios (hoteles, aerolíneas, operadores turísticos), quienes establecen las tarifas sobre las cuales se realiza la cotización.

La empresa maneja una amplia gama de modalidades, que permite a las agencias seleccionar la más adecuada de acuerdo a las condiciones económicas o preferenciales de sus clientes o usuarios.

3.2 DOMICILIO LEGAL

La sede se localiza en la carrera 29 N. 45-94. Oficina 308 de la ciudad de Bucaramanga, Santander.

3.3 CLIENTES

Por ser una agencia mayorista sus principales clientes son las agencias de viajes y también se atiende al público en general. Su trayectoria ha permitido que se tengan clientes VIP como Aviatur, Turismo al vuelo, Aeroviajes pacífico, Panturismo, Tour oriente, Avilatur, Viva tour, etc.

3.4 INFRAESTRUCTURA

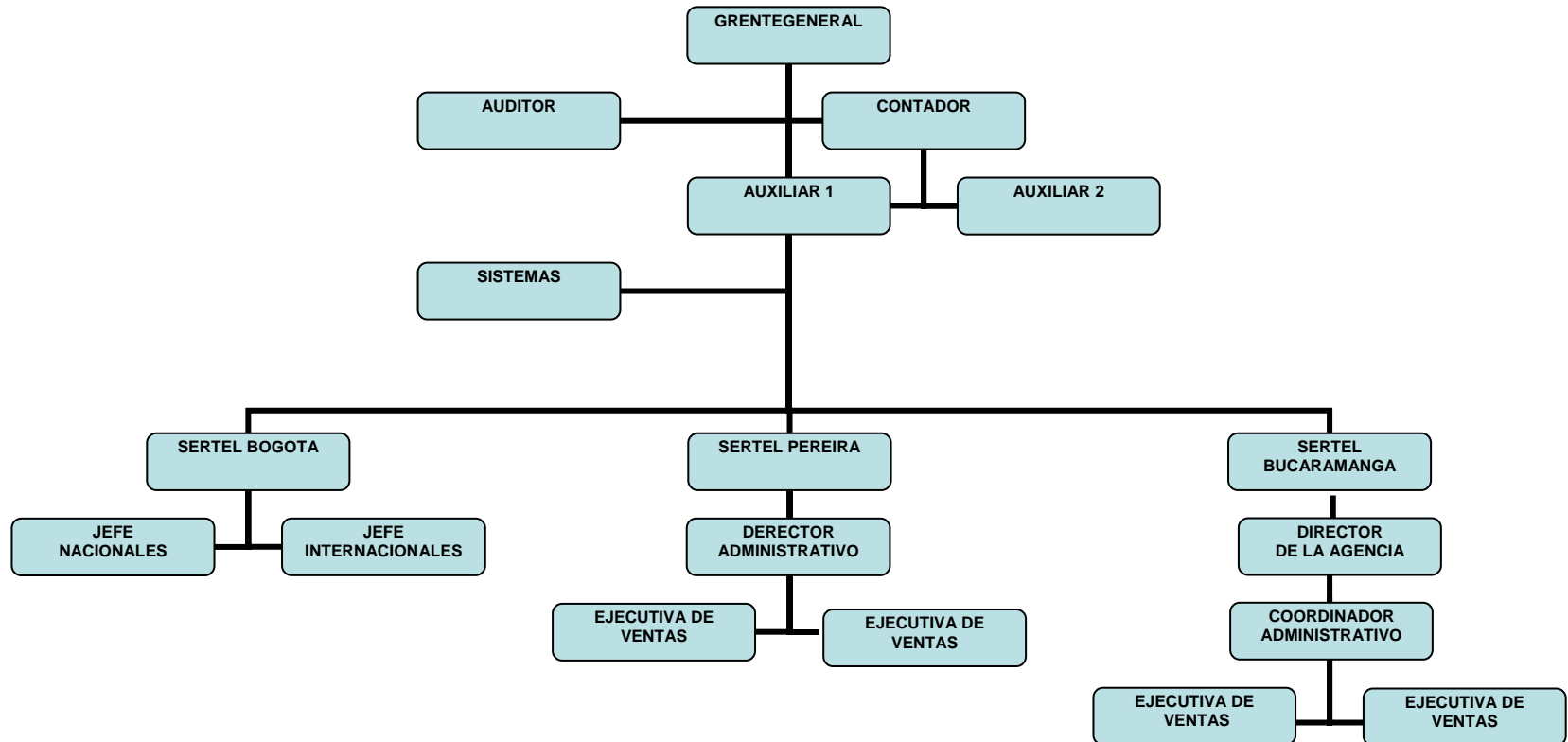
La empresa SERTEL seccional Bucaramanga, cuenta con una oficina, ubicada en el tercer piso del edificio CENTRO EMPRESARIAL SEGUROS ATLAS, la cual se encuentra distribuida en cuatro puestos de trabajo, separados modularmente de acuerdo a los cargos del personal, cada ejecutivo de ventas cuenta con sus respectivas sillas para atención al público.

La empresa se favorece de los servicios del edificio en el cual se encuentra, pues cuenta con vigilancia privada, extintores de incendios por cada piso, sensores de movimiento y de calor y parqueadero para clientes, lo cual garantizan seguridad para la empresa y los visitantes.

Cada ejecutivo de ventas cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para su óptimo funcionamiento tales como teléfonos, fax, equipos de cómputo e Internet permanente. La dirección de la agencia, en cabeza del soporte de sistemas Bogotá para garantizar la prestación de sus servicios cuenta en la actualidad con un departamento de cómputo que se realiza los backups de los aplicativos de la empresa y hace el monitoreo de los servidores y demás componentes que se requieren para el correcto funcionamiento de los aplicativos de la agencia.

3.5 ORGANIZACIÓN INTERNA

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL SERTEL



4. DIAGNÓSTICO DE LA AGENCIA

4.1 REVISIÓN DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE SERTEL LTDA.

El direccionamiento estratégico de la empresa se revisó a partir de la información suministrada; a través de visitas a las instalaciones y entrevistas con el personal, posteriormente, se planearon reuniones con la dirección de SERTEL LTDA, con el fin de identificar dónde se encontraba la organización en ese entonces, a dónde quería llegar y cómo se podría llegar, evaluando los elementos de la misión, visión, y planteando los objetivos estratégicos de la organización.

A continuación se exponen los elementos más significativos del direccionamiento estratégico básico de SERTEL LTDA..

4.1.1 Análisis interno. El análisis interno, parte de la observación y el encuentro con los empleados de la organización, lo cual permitió conocer sus principales debilidades y fortalezas.

DEBILIDADES

- ✓ Los empleados no tienen clara la misión y la visión de la empresa.
- ✓ No hay un establecimiento de objetivos ni estrategias tácticas u operativas..
- ✓ No existe un plan, ni presupuesto de mercadeo.
- ✓ El personal no conoce claramente las responsabilidades de los cargos.
- ✓ Falta motivación al personal por parte de la dirección.

- ✓ No siempre se emplean los formatos establecidos para registrar las actividades, ni existe una estructura documental que permita asegurar los procesos de la organización.
- ✓ Existe una baja cultura de mejoramiento continuo.
- ✓ No hay un programa de fidelización, ni seguimiento a los clientes.
- ✓ Hace falta preparación y capacitación del personal, en cuanto a los servicios y el manejo de un segundo idioma.

FORTALEZAS

- ✓ Alta gama de servicios ofrecidos en comparación con otros operadores.
- ✓ Manejo de la publicidad adecuada para la organización.
- ✓ Imagen corporativa posicionada en el medio.
- ✓ Presencia a nivel nacional.
- ✓ Excelente servicio.
- ✓ Nivel tecnológico adecuado, la empresa cuenta con todas las herramientas de soporte informático para llevar a cabo sus operaciones.
- ✓ El manejo contable se maneja directamente desde la oficina principal, en Bogotá.
- ✓ Agencias de viajes en línea.

4.1.2 Análisis externo

OPORTUNIDADES

- ✓ Las tarifas otorgadas por los proveedores a SERTEL, por ser mayoristas.
- ✓ Política de seguridad vial del gobierno nacional, es un factor atractivo para quienes desean viajar.
- ✓ SERTEL puede incursionar en la oferta de los servicios a público en general.
- ✓ Conocimiento de la competencia.

- ✓ La Página web, permite a los clientes hacer reservas, agilizando las operaciones de la empresa.

AMENAZAS

- ✓ Ubicación de las instalaciones, por cuanto no facilita el acceso a público en general.
- ✓ Proliferación de agencias de viajes ilegales.
- ✓ Páginas web ofrecidas por las aerolíneas u hoteles, porque evita el uso de intermediarios, como lo son las agencias de viajes.

Analizando los resultados del diagnóstico, se recomendó que SERTEL LTDA, debería enfocar sus esfuerzos en el desarrollo de estrategias como:

- ✓ Estrategia Mejoramiento de Procesos (S.G.C.)
- ✓ Desarrollo de Mercado
- ✓ Penetración de mercado

4.1.3 Revisión de la misión y visión de la agencia. Tras revisar el diagnóstico de la organización se procedió a formular la misión y la visión de la agencia seccional Bucaramanga, , los resultados se presentan en la sección 5. (véase 5.1.1 Misión SERTEL LTDA y 5.1.2 Visión de SERTEL LTDA.)

4.1.4 Objetivos estratégicos

- ✓ Incrementar el volumen de ventas alcanzadas en el año 2004, en la región de Santander, en un 5%.
- ✓ Posicionar el nombre de la empresa, en la mente de público en general.
- ✓ Implementar el Sistema de Gestión de la Calidad a Abril de 2006.
- ✓ Desarrollar en el personal, un proceso formativo, que permita la motivación de los empleados, así como fortalecer las competencias del

personal con relación al portafolio de servicios y manejo de un segundo idioma, para el año 2008.

4.1.5 Plan de acción estratégico. Con el fin de establecer acciones concretas y de conveniencia para la empresa, se definió el siguiente plan de acción:

Tabla 1 Plan de acción SERTEL LTDA.

ACCIONES QUE LA COMPONENTE	FECHA LIMITE	RECURSOS	RESPONSABLE
Documentación e implementación del SGC.	Abril de 2006	Recursos económicos para lograr la certificación del SGC. Asesores del SGC.	Coordinador administrativo
Desarrollar un plan de capacitación y motivación del personal.	Noviembre de 2005	Asesores del SGC. Tiempo del personal.	Coordinador administrativo
Ejecutar plan de formación y motivación	Diciembre 2005 –Julio de 2006	Conferencista, video bean, salones, material didáctico, tiempo de los involucrados.	
Actualizar base de datos de clientes y	Diciembre de 2005	Acceso a Internet.	Ejecutivos de ventas

diseñar un programa de seguimiento y fidelización de clientes.		Tiempo del personal.	
Desarrollar un plan de mercadeo, que incluya la promoción y publicidad a público en general y fortalezca las ventas de los servicios de SERTEL LTDA.	Diciembre de 2005	Asesor externo	Director de la agencia – Asesor externo
Implementar plan de mercadeo	Marzo – Julio de 2006	Presupuesto de mercadeo	Ejecutivos de ventas
Evaluar la viabilidad económica de una nueva sucursal o cambiar la ubicación de la agencia.	Mayo de 2006	Recursos económicos	Director de la agencia
Ofrecer paquetes turísticos aprovechando los festivos nacionales, respaldando las caravanas "VIVE COLOMBIA".	Octubre de 2005 – Octubre de 2006	Avisos publicitarios Rutas y fechas de las caravanas.	Director de la agencia

4.2 DIAGNÓSTICO DEL S.G.C.

En la agencia de viajes SERTEL LTDA, se observó que existe un manejo informal de la administración, no tienen los procesos documentados lo cual no permite el cumplimiento para mantener un servicio con calidad. No se

tienen especificadas las exigencias que se debe tener para un mejoramiento continuo de los procesos, presentando fallas en el control de la operación organizativa, de documentación y de planificación que abarque todas las actividades de la empresa con empleados que conozcan sus objetivos propios y los de la organización.

No existe una delimitación por áreas o secciones, es decir que cualquiera puede asumir el trabajo de la otra persona simultáneamente, si así es el caso sin tener en cuenta las atribuciones de cada cargo, presentándose una desorganización de estas. Al no existir la delimitación, se pierde compromiso y responsabilidad con las tareas encomendadas.

Todo esto conlleva a que la agencia esté desaprovechando los recursos disponibles teniendo una mejor gestión al cliente interno como externo. Adicionalmente la organización no tiene una sistemática de ventas controlada ni un seguimiento constante sobre ellas. La organización al no tener los procesos establecidos pierde un aseguramiento de los objetivos planteados afectando todas las actividades y de tener un personal en todos los niveles comprometidos con el cumplimiento de sus tareas.

Por eso el diseño de gestión de calidad es importante ya que ayudará a mejorar los estándares de calidad y del servicio convirtiéndose en un medio poderoso para diferenciar la agencia de sus competidores y darle una cadena de valor a todos sus procesos y lo más importante es que no se mire como una gran amenaza, sino como una oportunidad que transformará radicalmente el servicio.

4.3 CUESTIONARIO TALLER DIAGNÓSTICO

Marque con una X en la

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 columna según sea el resultado de su respuesta:

1. No existe ningún desarrollo sobre el tema
2. Existe una aproximación sobre el tema pero nada en la práctica
3. Existe el enfoque al tema, pero no se encuentra documentado, todo es verbal
4. Existe enfoque sobre el tema, se encuentra documentado, pero sin verificar resultados o sin aplicar
5. Existe enfoque ampliamente integrados con resultados demostrados y documentados

Tabla 2 Diagnóstico SGC Numeral 4

DISEÑO DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001 VERSION 2000						
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO SERTEL LTDA – BUCARAMANGA						
SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD						
NOMBRE DEL DIRECTOR DE LA AGENCIA:						
REQUISITO NORMA NÚMERO	LA AGENCIA DEBE:	1	2	3	4	5
4.1	Establecer, documentar, implementar un sistema de Gestión de Calidad, y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo a la norma ISO 9000	X				
4.1.a	Identificar los criterios y métodos para el sistema de Gestión de Calidad	X				
4.1.b	Determinar la secuencia e interacción de estos procesos	X				
4.1.c	Determinar los criterios y métodos asegurando que se tenga un control de los procesos	X				
4.1.d	La agencia debe asegurar la disponibilidad de recursos e información necesaria para apoyar y asegurar la operación y seguimiento de estos procesos	X				
4.1.e	Realizar el seguimiento, la medición y el	X				

	análisis de estos procesos					
4.1.f	La agencia debe implementar acciones necesarias para alcanzar los resultados, planificación y mejora continua de estos	X				
4.2	La dirección de la agencia deberá definir la documentación necesaria, incluyendo los registros pertinentes, para establecer, implementar y mantener el sistema de Gestión de Calidad	X				
4.2.a	La documentación para el sistema debe incluir declaraciones documentadas de una política de la Calidad y de objetivos de la Calidad	X				
4.2.b	Se debe tener un Manual de Calidad	X				
4.2.c	Todos los documentos que necesite la agencia para asegurarse de la eficacia, planificación, operación y control de sus procesos	X				
4.2.d	Procedimientos documentados requeridos por la norma	X				
4.2.e	Requisitos requeridos por la norma	X				
4.2.2.a	La agencia debe establecer y mantener un manual de calidad que incluya el alcance del Sistema de <gestión de Calidad, detalles y la justificación de cualquier exclusión	X				
4.2.2.b	Mantener los procedimientos documentados establecidos por el sistema de Gestión de Calidad o referencia de la misma	X				
4.2.2.c	Mantener una descripción de la interacción entre los procesos del sistema de Gestión de Calidad	X				

4.2.3.a	Se aprobarán los documentos en cuanto a su ejecución antes de su aprobación	X				
4.2.3.b	Se revisará y actualizará los documentos cuando sea necesario y aprobados nuevamente	X				
4.2.3.c	Asegurasen que se identifiquen los cambios y el estado de revisión actual de los documentos	X				
4.2.3.d	Asegurasen de que las versiones pertinentes en los documentos aplicables, se encuentren en los puestos de uso	X				
4.2.3.e	Asegurasen que los documentos permanezcan legibles y fácilmente identificables	X				
4.2.3.f	Asegurasen que se identifiquen los documentos de origen externo y se controle su distribución	X				
4.2.3.g	Prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos y aplicarles una identificación adecuada en el caso de que se mantenga por cualquier razón	X				
4.2.4	Los registros deben permanecer legibles, fácilmente legibles, identificables y recuperables	X				

Tabla 3 Diagnóstico SGC Numeral 5

DISEÑO DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001 VERSION 2000						
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO SERTEL LTDA BUCARAMANGA						
5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCION						
CUESTIONARIO A DILIGENCIAR POR PARTE DEL DIRECTOR DE LA AGENCIA						
REQUISITO NORMA	LA ALTA DIRECCION DEBERA CONSIDERAR ACCIONES TALES COMO:	1	2	3	4	5
5	Tener liderazgo, compromiso y participación activa para mantener un sistema de Gestión de calidad eficaz y eficiente			X		
5.1.a	Deberá definir métodos para medir el desempeño de la Organización con el fin de determinar si se ha alcanzado los objetivos planificados			X		
5.1.b	Promover las políticas y objetivos para incrementar la conciencia, motivación y la participación actual de las personas de la agencia			X		
5.1.c	Establecer la política de Calidad			X		
5.1.d	Llevar a cabo las revisiones por la dirección			X		
5.1.e	Asegurar la disponibilidad de los recursos			X		
5.2	La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente			X		
5.3	La alta dirección debe utilizar la política de Calidad como un medio para conducir a la agencia hacia la mejora de su desempeño			X		
5.3.a	La alta dirección debe asegurarse de que la política de calidad es la adecuada al propósito			X		

	de la agencia					
5.3.b	Debe incluir un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del sistema de Gestión de Calidad			X		
5.3.c	La dirección debe proporcionar un marco de referencia por establecer y revisar los objetivos de la Calidad			X		
5.3.d	La política de Calidad debe ser comunicada y entendida dentro de la agencia			X		
5.3.e	La política de Calidad debe ser revisada por su continua adecuación			X		
5.4	La alta dirección debe asegurarse que los objetivos de la calidad sean medibles y coherentes con la política de Calidad			X		
5.4.2.a	La dirección debe asegurar que la planificación del Sistema de gestión de la calidad se realiza con el fin de cumplir los requisitos relacionados con el numeral 4.1	X				
5.4.2.b	La alta dirección debe asegurarse que se mantenga la integridad del sistema de Gestión de Calidad, cuando se planifica e implementan cambios en este	X				
5.5.1	La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades estén definidas y sean comunicadas dentro de la organización			X		
5.5.2	La alta dirección deberá designar y dotar de autoridad a un representante de la Dirección para gestionar, dar seguimiento, evaluar y			X		

	coordinar el sistema de gestión de calidad					
5.5.2.a	El representante de la dirección deberá asegurarse que se establezcan, implementen y se mantengan los procesos necesarios por el sistema de gestión de calidad	X				
5.5.2.b	El representante informará a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de calidad y de cualquier necesidad de mejora	X				
5.5.2.c	El representante debe asegurarse de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la agencia			X		
5.5.3	La alta dirección debe asegurarse de que se establezcan los procesos de comunicación apropiadas dentro de la organización y de que la comunicación sea efectiva considerando la eficacia del sistema de gestión de calidad	X				
5.6.1	La dirección debe a intervalos planificados, revisar el sistema de gestión de la calidad de la agencia para asegurarse de su conveniencia, adecuación, y eficacia continua	X				
5.6.2	La información de entrada para la revisión por la dirección debe incluir:					
5.6.2.a	La información de entrada para la revisión por la dirección debe incluir: Resultados de autoridad			X		
5.2.6.b	Retroalimentación del cliente			X		
5.6.2.c	Desempeño de los procesos y conformidad del servicio			X		

5.6.2.d	Estado de las acciones correctivas y preventivas			X		
5.6.2.e	Acciones de seguimiento de revisiones por la dirección			X		
5.6.2.f	Cambios que podrían afectar el sistema de gestión de calidad	X				
5.6.2.g	Recomendaciones para la mejora			X		
5.6.3	Los resultados de la revisión por la dirección deben incluir todas las decisiones y acciones relacionadas con:					
5.6.3.a	La mejora de la eficacia del sistema de gestión de calidad y sus procesos	X				
5.6.3.b	La mejora del servicio en relación con los requisitos y sus procesos	X				
5.6.3.c	Las necesidades de recursos			X		

Tabla 4 Diagnóstico SGC Numeral 6

DISEÑO DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001 VERSION 2000						
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO SERTEL LTDA BUCARAMANGA						
6. GESTION DE LOS RECURSOS						
CUESTIONARIO A DILIGENCIAR POR PARTE DEL COORDINADOR ADMINISTRATIVO						
REQUISITO NORMA	LA ALTA DIRECCION DEBERA ASEGURARSE DE QUE LOS RECURSOS ESENCIALES TANTO PARA LA IMPLEMENTACION COMO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE LA AGENCIA SE IDENTIFIQUEN Y SE ENCUENTREN DISPONIBLES	1	2	3	4	5
6.1.a	La organización debe determinar y proporcionar recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia	X				

6.1.b	Para mejorar el desempeño de la organización deberán considerasen los recursos tangibles como mejora de instalaciones, recursos y mecanismos para alentar a la mejora continua innovadora			X		
6.2.1	El personal que realice trabajos que afecten a la calidad del servicio debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencias apropiadas			X		
6.2.2	La organización debe:					
6.2.2.a	Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan a la calidad del servicio			X		
6.2.2.b	Proporcionar formación o tomar otra acción para satisfacer dichas necesidades			X		
6.2.2.c	Evaluar la eficacia de las acciones tomadas			X		
6.2.2.d	Asegurarse de que el personal sea consiente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad		X			
6.2.2.e	Mantener los requisitos apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencias			X		
6.3	La agencia debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del servicio			X		
6.4	La agencia debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograrla conformidad con los requisitos del servicio			X		

Tabla 5 Diagnóstico SGC Numeral 7

DISEÑO DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001 VERSION 2000						
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO SERTEL LTDA BUCARAMANGA						
7. REALIZACIÓN DEL SERVICIO						
CUESTIONARIO A DILIGENCIAR POR PARTE DEL DIRECTOR DE LA AGENCIA O DIRECTOR DE VENTAS						
REQUISITO NORMA	LA ALTA DIRECCION DEBERA ASEGURARSE DE LA OPERACIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DE LOS PROCESOS DE LA REALIZACIÓN Y DE APOYO, DE MANERA TAL QUE LA AGENCIA TENGA LA CAPACIDAD DE SATISFACER EL SERVICIO	1	2	3	4	5
7.1.a	La alta dirección deberá definir los resultados requeridos de los procesos y debe identificar los elementos de entrada y las actividades necesarias por su logro eficaz y eficiente	X				
7.1.b	Los procesos deben documentarse tanto como sea necesario para apoyar una operación eficaz y eficiente	X				
7.1.c	La dirección deberá identificar los procesos necesarios para la realización del servicio que satisfaga los requisitos de los clientes	X				
7.2.1.a	La agencia debe determinar los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega del servicio y las posteriores a la misma			X		
7.2.1.b	La agencia debe determinar los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea necesario			X		
7.2.1.c	La agencia debe determinar los requisitos			X		

	legales y reglamentación relacionados con el servicio y cualquier requisito adicional para la agencia					
7.2.2	La Organización debe revisar los requisitos relacionados con el servicio y esta revisión debe efectuarse antes que la agencia se comprometa con el servicio al cliente			X		
7.2.2.a	La Organización debe asegurarse de los requisitos del servicio			X		
7.2.2.b	La agencia debe asegurarse que estén resueltas las diferencias entre los requisitos del contrato y el servicio previamente			X		
7.2.2.c	Asegurarse que la agencia tenga capacidad de cumplir con los requisitos definidos			X		
7.2.2.d	Cuando se cambien los requisitos del servicio, la agencia debe asegurarse que la documentación pertinente sea cambiada y de que el personal correspondiente sea consiente de los requisitos modificados			X		
7.2.3	La Organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes relativas a:			X		
7.2.3a	La información sobre el producto					X
7.2.3.b	Las consultas, contratos o atención de servicios incluyendo las modificaciones y					X
7.2.3.c	La retroalimentación del cliente incluyendo sus quejas				X	

7.3	La agencia debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del servicio	La organización no se encarga del diseño y desarrollo de los servicios.				
7.4	La alta dirección deberá asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compra especificados				X	
7.4.1	La agencia debe evaluar y seleccionar los proveedores en función de su calidad para el suministro del servicio de acuerdo con los requisitos de la Organización				X	
7.4.2	La información de las compras, debe describir el producto a comprar, incluyendo cuando sea apropiado: requisitos para la aprobación del producto, requisitos para la calificación del personal y requisitos del sistema de Gestión de calidad		X			
7.5	La Organización debe planificar la prestación del servicio, bajo condiciones controladas, las cuales deben incluir, cuando sea aplicable				X	
7.5.1.a	Se debe incluir la disponibilidad de información que describen las características		X			

	del servicio					
7.5.1.b	La disponibilidad de instrucciones de trabajo cuando sea necesario	X				
7.5.1.c	El uso del equipo apropiado			X		
7.5.1.d	La disponibilidad y uso de dispositivos de seguimiento y medición	No aplica				
7.5.1.e	La implementación del seguimiento y la medición	X				
7.5.1.f	La implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega del servicio		X			
7.5.2	La Organización debe validar aquellos procesos del servicio donde el resultante no puede verificarse mediante actividades de seguimiento o mediciones posteriores	X				
7.6	La agencia debe determinar el seguimiento y la medición para proporcionar evidencia de la conformidad del servicio con los requisitos determinados en el paso (7.2.1)	No existen dispositivos de seguimiento y medición. Este requisito no aplica.				

Tabla 6 Diagnóstico SGC Numeral 8

DISEÑO DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001 VERSION 2000						
AGENCIA MAYORISTA DE TURISMO SERTEL LTDA BUCARAMANGA						
8. MEDICION, ANÁLISIS Y MEJORA						
CUESTIONARIO A DILIGENCIAR POR PARTE DEL DIRECTOR DE LA AGENCIA						
REQUISITO NORMA	LA AGENCIA DEBERA REALIZAR EL SEGUIMIENTO CONTINUO DE SUS ACCIONES PARA LA MEJORA DEL DESEMPEÑO Y REGISTRAR LA IMPLEMENTACIÓN DADO QUE ESTO PUEDE PROPORCIONAR DATOS PARA MEJORAS FUTURAS	1	2	3	4	5
8.1	La Organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesaria para:					
8.1.a	Demostrar la conformidad del servicio			X		
8.1.b	Asegurarse de la conformidad del sistema de Gestión de Calidad		X			
8.1.c	Mejorar continuamente la eficacia del sistema de Gestión de Calidad		X			
8.1.d	La planificación e implementación de los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora debe comprender la determinación de los métodos aplicables incluyendo las técnicas estadísticas y el alcance de su utilización		X			
8.2.1	La agencia debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de los requisitos por parte de la Organización			X		
8.2.2	La agencia debe llevar a cabo a intervalos auditorías internas para determinar el sistema de Gestión de Calidad		X			

8.2.2.a	Es conforme con las disposiciones planificadas en el Paso 7.1, con los requisitos de esta norma internacional	X				
8.2.2.b	Si en el sistema se ha implementado y se mantienen de manera eficaz	X				
8.2.2.1	La dirección deberá considerar la conversión de datos de proceso a información financiera con el fin de proporcionar medidas comparables a lo largo de los procesos		X			
8.2.2.2	La dirección debería considerar el establecimiento e implementación de un proceso de auto evaluación, la puede realizar para comparar los resultados de su desempeño frente a las agencias externas			X		
8.2.3	Debe definirse en un procedimiento documentado, las responsabilidades y requisitos para la planificación y la realización de auditorías, para informar de los resultados y para mantener los registros		X			
8.2.4	La Organización debe medir y hacer seguimiento de las características del servicio para verificar que se cumplan los registros del mismo. Esto debe realizarse en las etapas apropiadas del proceso de realización de acuerdo con las disposiciones planificadas		X			
8.2.4.1	La liberación del servicio no debe llevarse a cabo hasta que no haya completado las disposiciones planificadas			X		
8.3	La agencia debe asegurarse que el servicio			X		

	que no sea conforme con los requisitos, se identifica y controla para prevenir su uso no intencionado. Los controles, las responsabilidades y autoridades relacionadas con el tratamiento del servicio no conforme deben estar definidas en un procedimiento documentado				
8.4	La agencia debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y eficacia del sistema de gestión de calidad para evaluar donde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad.	X			
8.4.a	La situación del cliente		X		
8.4.b	La conformidad con los requisitos del servicio		X		
8.4.c	Las características y tendencias de los procesos del servicio incluyendo las oportunidades para llevar a cabo acciones preventivas		X		
8.5.1	La Organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de Gestión de Calidad mediante el uso de la política de la Calidad, los objetivos de la Calidad, los resultados de las auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas	X			
8.5.2	La dirección debe tomar acciones para eliminar la causa de no conformidad con objetos de prevenir que vuelva a ocurrir, las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos			X	

	de las no conformidades encontradas					
8.5.2.a	Revisar las no conformidades, incluyendo quejas de los clientes			X		
8.5.2.b	Determinar las causas de la no conformidad			X		
8.5.2.c	Evaluar la necesidad de adoptar acciones para asegurarse de que las no conformidades no vuelven a ocurrir				X	
8.5.2.d	Determinar e implementar las acciones necesarias				X	
8.5.2.e	Registrar los resultados de las acciones tomadas y revisar las acciones tomadas			X		
8.5.3	La Organización debe determinar acciones, para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia			X		
	Debe establecerse un procedimiento documentada para definir los requisitos para:					
8.5.3.a	Determinar las no conformidades potenciales y sus causas			X		
8.5.3.b	Evaluar las necesidades de actuar para prevenir la ocurrencia de no conformidad			X		
8.5.3.c	Determinar e implementar las acciones necesarias		X			
8.5.3.d	Registrar los resultados de las acciones tomadas		X			
8.5.3.e	Revisar las acciones preventivas tomadas		X			

4.4 EVALUACIÓN DEL TALLER DIAGNÓSTICO

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en el taller se puede concluir lo siguiente:

Capítulo 4. Sistema de gestión de la calidad

- ✓ La agencia tiene un concepto claro de la importancia de la norma ISO 9000 en la gestión de sus procesos, pero actualmente no existe una claridad de los procesos a desarrollar para lograr el Sistema de Gestión de Calidad.
- ✓ No existe un registro que remarque las evidencias de las actividades y funciones realizadas en la agencia
- ✓ No existe un manual de Calidad
- ✓ La agencia no tiene identificado claramente la Política de Calidad

Diagnóstico de cumplimiento del capítulo 4:

$$24/120 = 0.2 \times 100 = 20\%$$

Capítulo 5: Responsabilidad de la dirección

- ✓ Existe participación y compromiso por parte del Director de la agencia en el desarrollo del Sistema de gestión de la calidad
- ✓ Hay disponibilidad de recursos para asegurar el buen desarrollo del sistema
- ✓ La responsabilidad por satisfacer los requerimientos del cliente es uno de los factores más importantes de la alta dirección pero no se encuentran documentados
- ✓ La alta dirección se encuentra comprometida con el personal de la agencia para que todos conozcan sobre el sistema y sobre la política de calidad
- ✓ Se toman acciones correctivas de las no conformidades de los clientes pero no está documentado

Diagnóstico de cumplimiento capítulo 5:

$$81/165 = 0.49 \times 100 = 49\%$$

Capítulo 6: Gestión de recursos

- ✓ El personal que labora en la agencia cuenta con un nivel de conocimientos aptos para el desarrollo de sus funciones.
- ✓ Los funcionarios de la agencia reciben la formación necesaria para lograr un buen desempeño de sus labores.
- ✓ Se evalúa el comportamiento y desarrollo de las labores realizadas por los funcionarios de la agencia pero no se encuentra documentado.
- ✓ Falta concienciar al personal de la importancia que tiene su compromiso en la realización de sus funciones para cumplir así los objetivos de la calidad.
- ✓ La agencia cuenta con los equipos e infraestructura necesaria para la conformidad del servicio.

Diagnóstico de cumplimiento capítulo 6:

$$27/50 = 0.54 \times 100 = 54\%$$

Capítulo 7: Realización del servicio

- ✓ No existe documentación de los procesos
- ✓ Se conocen los requisitos legales relacionados con el servicio pero no se encuentran documentados
- ✓ Se tienen claros los requisitos de servicio antes de comprometerse con el cliente pero no se encuentran documentados
- ✓ Existe una buena y oportuna comunicación con los clientes
- ✓ La agencia planifica y controla el servicio.

- ✓ Las actividades de diseño y desarrollo del servicio no recaen en la agencia.
- ✓ Se evalúan los resultados comparándolos con periodos anteriores y competencia
- ✓ Se proponen acciones de mejora en el servicio.
- ✓ No existen dispositivos de seguimiento y medición.

Diagnóstico de cumplimiento capítulo 7:

$$73/125 = 0.584 \times 100 = 58.4 \%$$

Capítulo 8: Medición, análisis y mejora

- No se cuenta con un procedimiento adecuado para conocer la conformidad del cliente
- Se tiene en cuenta que productos no se deben ofrecer al cliente para evitar que el servicio sea de no conformidad
- Se toman acciones correctivas para prevenir las causas de no conformidad

Diagnóstico de cumplimiento capítulo 8:

$$80/155 = 0.52 \times 100 = 52\%$$

5. SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD

5.1 MISIÓN SERTEL LTDA

SERTEL LTDA., seccional Bucaramanga, es una organización que contribuye con la generación del bienestar de los usuarios en general, y con la facilitación de las operaciones a las agencias minoristas, a través de la oferta de una alta variedad de paquetes turísticos nacionales e internacionales, superando las expectativas de sus clientes por medio del excelente servicio, el mejoramiento de sus procesos, la preparación del talento humano y creando valor para los socios de la empresa.

5.2 VISIÓN SERTEL LTDA.

Hacia el año 2010 Sertel Ltda. será reconocida en Colombia, como la agencia de viajes líder en eficacia, con altos estándares de calidad en el servicio, y logrando la fidelización de sus clientes, mediante la optimización de nuestros procesos, tecnología y talento humano.

5.3 POLÍTICA DE CALIDAD

En la empresa Sertel Ltda. nuestro compromiso es lograr la satisfacción de nuestros clientes a través de la calidad en la venta de paquetes turísticos. Para ellos contamos con un recurso humano calificado y comprometido con el proceso de mejoramiento continuo, apoyado por un óptimo ambiente de trabajo y el manejo eficiente de los recursos.

5.3.1 Objetivos de calidad

- Mejorar progresivamente los niveles de satisfacción de los clientes internos y externos.

- Proponer y ejecutar acciones que propendan por el mantenimiento y mejoramiento de los procesos de la organización.
- Contar con un personal calificado para llevar a cabo los procesos de la organización.
- Enfocar la gestión de todas las personas de la agencia al logro de los resultados estratégicos definidos.

5.3.1.1 Alcance y exclusiones. La agencia de viajes SERTEL optó por implementar el SGC en el proceso de venta de pasajes turísticos, en la oficina de la ciudad de Bucaramanga.

Se ha decidido excluir el apartado 7.6 Dispositivos de seguimiento y medición, pues por la naturaleza de sus servicios, la empresa no cuenta con dispositivos de seguimiento y medición.

Debido a que la actividad de diseño y desarrollo depende de su oficina central en Bogotá, que los requisitos reglamentarios cumplen con las especificaciones y no han variado durante años, se ha decidido excluir además el numeral 7.3 Diseño y desarrollo.

El hecho de que el diseño no haya cambiado durante años no es pertinente para la exclusión del apartado 7.3 para este caso específico, por lo que el cambio en los requisitos reglamentarios puede necesitar modificaciones en el diseño de los servicios y la aplicación del apartado 7.3 por parte de la organización responsable del diseño, que en este caso no es la empresa SERTEL, oficina de Bucaramanga.

6. SENSIBILIZACIÓN

Conociendo la evaluación realizada en el diagnóstico de la agencia de viajes Sertel Ltda., se percibió la necesidad que el personal se sensibilice y se capacite en todos los temas relacionados con el Sistema de gestión de la calidad, el conocimiento de las normas ISO 9000 Versión 2000 y el mejoramiento de los procesos y la calidad del servicio. Esto con el fin de que cada persona se comprometa con el S.G.C. y contribuya tanto en la documentación de los procesos, como en la implementación, mantenimiento y mejoramiento del sistema y de la organización.

Se planeó llevar a cabo en las instalaciones de SERTEL LTDA., una vez por mes las capacitaciones, al finalizar la jornada laboral, con una intensidad máxima de dos horas por sesión, con la presencia de empleados y directivos de la empresa.

7. DOCUMENTACIÓN

La Norma ISO 9001:2000 ha reducido significativamente los requisitos de documentación, permitiendo mayor flexibilidad a la agencia en cuanto a la forma que escoge para documentar su sistema de gestión de la calidad (SGC). Esto permite que se desarrolle la mínima cantidad de documentación necesaria a fin de demostrar la planificación, operación y control eficaces de sus procesos y la implementación y mejora continua de la eficacia de su SGC.

Para la agencia demostrar conformidad con los requisitos de la Norma ISO 9001:2000, con fines de certificación, es importante recordar la necesidad de proporcionar evidencia de la implementación eficaz del S.G.C., por lo que la agencia puede ser capaz de demostrar la conformidad sin necesitar una amplia documentación.

7.1 LEVANTAMIENTO DE LA DOCUMENTACIÓN

Para establecer la documentación necesaria para este diseño, se identificaron los procesos requeridos por el sistema de gestión de calidad y se determinaron las secuencias de los procesos de acuerdo a las necesidades de esta.

Se inicia dicho diseño implementando un comité de calidad, integrado por el Director de la agencia, la directora administrativa y una ejecutiva de ventas, con este equipo de trabajo se desarrolla la política de calidad con sus objetivos, el mapa de procesos, las caracterizaciones de los procesos junto con toda la documentación de respaldo y por último el manual de calidad.

Para levantar la documentación se realizaron reuniones con el personal, de tal forma que pudieran conocer los procesos a fondo y los requerimientos de acuerdo a la norma ISO 9001:2000.

Los procesos que se identificaron son los siguientes:

1. Procesos de mejora

Corresponden a los procesos que apoyan el sistema de calidad de la organización, estos son:

- Proceso de planificación de calidad: hace referencia a toda la administración del S.G.C.
- Proceso de gestión de servicio al cliente: Dentro de este proceso se generaron las políticas del servicio al cliente (ver SC-L-01), se considera la evaluación de los clientes internos y externos de la organización y el manejo adecuado de quejas y reclamos de los clientes.

2. Procesos misionales

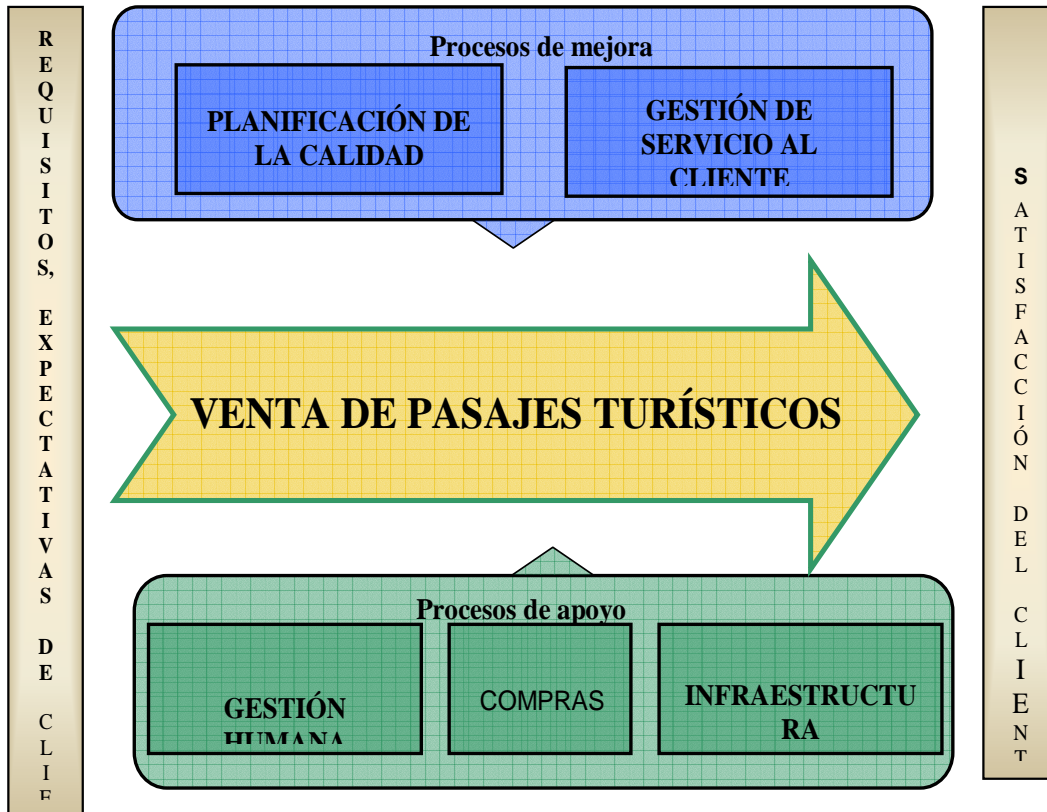
Teniendo en cuenta que la misión de la AGENCIA DE VIAJES SERTEL es la de las ventas de paquetes turísticos se decidió que este sería el proceso misional del S.G.C.

3. Procesos de apoyo

Los procesos de apoyo son aquellos que ayudan al buen funcionamiento de la organización, y la prestación de los servicios; de acuerdo a la norma se establecieron 3 procesos:


- Proceso de gestión humana: corresponde a la selección, manejo, formación y evaluación del personal que contribuye a la prestación del servicio.
- Proceso de gestión de compras: Este es el proceso de adquisición de bienes y servicios que ayudan a la prestación del servicio. De acuerdo a la norma se tiene en cuenta la selección y evaluación de proveedores. Entre las compras de la agencia se consideran: Los tiquetes aéreos, vouchers, asistencia médica y la papelería en general, receptivos.
- Proceso de gestión de infraestructura: en este proceso se consideró la gestión de las tecnologías de información y el estado de las instalaciones de las agencias para la prestación del servicio.

Habiendo identificado estos procesos se diseñó un mapa de procesos donde se relaciona los procesos misionales y no misionales de la agencia, necesarios para la realización del servicio de tal manera que cumpla con los requisitos de los clientes y de la organización.





7.1.1 Caracterizaciones. Después de haber diseñado el mapa de procesos de la agencia se empleó una herramienta llamada caracterizaciones, para establecer las actividades generales de cada uno de los procesos de la organización, en las caracterizaciones se coloca el nombre del proceso, el responsable, el objetivo, las entradas, actividades y salidas de cada proceso, el punto de la norma a cumplir, los recursos, los documentos aplicables y los puntos críticos de control como marco de referencia para el montaje de los indicadores.

A continuación presentamos las seis caracterizaciones de los procesos.

 Código: PC-C-01	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO PLANEACIÓN DE LA CALIDAD	Versión 1
	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Diseñar y coordinar el Sistema de Gestión de la Calidad para asegurar un buen servicio.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 4.2.3, 4.2.4, Control de documentos y registros 8.2. Medición y seguimiento 8.3 control producto no conforme 8.5 mejora y acciones correctivas

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Procesos de la organización 	Política de calidad Necesidades de documentación No conformidades Identificación de un producto no conforme. Acciones correctivas Acciones preventivas Información de los procesos de la empresa.	<div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar el S.G.C. (P) ✓ Apoyar e impulsar el mejoramiento continuo en toda la organización. ✓ Sensibilizar a los empleados en la implementación y desarrollo del SGC. ✓ Generar y controlar los documentos y registros del S.G.C. (H) ✓ Controlar el producto no conforme (H) ✓ Planear y dirigir la ejecución de las auditorías internas (V) ✓ Hacer seguimiento de las acciones preventivas y correctivas (A) 	Manual de calidad Documentación del SGC Registro y Documentos de los procesos Acciones correctivas Acciones preventivas Informe de auditoría interna	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de la organización

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO PLANEACIÓN DE LA CALIDAD	Versión 1
Código: PC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Clientes internos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Procedimiento de Control documentos y registros. ✓ Listado de documentos y registros. ✓ Procedimiento de acción preventivas ✓ Procedimiento de acción correctivas ✓ Procedimiento de Producto no conforme ✓ Procedimiento de Auditoría Interna ✓ Formato de producto No Conforme ✓ Formato Plan de auditoría interna ✓ Formato Lista de verificación ✓ Formato Informe de auditoría interna ✓ Formato de acciones correctivas y preventivas ✓ Listado de documentos obsoletos ✓ Formato de entrega de documentos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento del S.G.C. ✓ Auditorías internas ✓ Acciones correctivas ✓ Acciones preventivas



**CARACTERIZACIÓN
DEL PROCESO VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS**

Versión 1

Código: VT-C-01

**Fecha de elaboración
31 de agosto de 2005**

Página 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Asegurar la satisfacción de los clientes a través de la prestación de un buen servicio.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	COORDINADOR DE CALIDAD	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 5.2 Enfoque Al Cliente 8.2.1 Satisfacción del cliente 7.2.3 Procesos relacionados con el cliente 6.4 Ambiente de trabajo

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
- Clientes - Procesos de la organización	Quejas y reclamos de clientes Requerimientos de clientes	 ✓ Recepción y manejo de quejas y reclamos de clientes. (H – V- A) ✓ Buen servicio a los clientes. (H) ✓ Planeación y ejecución de la encuesta de satisfacción de clientes internos. (P- H – V- A) ✓ Planeación, ejecución y evaluación de la encuesta de satisfacción de clientes externos. (P- H – V- A)	Evaluación de la satisfacción de clientes internos y externos Solución de quejas y reclamos de clientes. Acciones de mejora.	- Clientes



**CARACTERIZACIÓN
DEL PROCESO VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS**

Versión 1

Código: VT-C-01

**Fecha de elaboración
31 de agosto de 2005**

Página 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Clientes internos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de servicio al cliente. ✓ Encuesta de satisfacción de clientes internos ✓ Encuesta de satisfacción de clientes externos ✓ Formato de quejas y reclamos de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Resultados en la evaluación de clientes internos ✓ Resultados en la evaluación de satisfacción de clientes externos ✓ Quejas y reclamos atendidos y solucionados.



**CARACTERIZACIÓN
DEL PROCESO VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS**

Versión 1

Código: VT-C-01

**Fecha de elaboración
31 de agosto de 2005**

Página 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Entregar al cliente un paquete turístico que les brinde confiabilidad.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	EJECUTIVOS DE VENTAS	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 7 Realización del producto (exclusión 7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y medición)

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Aerolínea - Hoteles - Operadores Turísticos - Compras 	<ul style="list-style-type: none"> Solicitudes Paquetes Turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción de Solicitudes (P) ✓ Elaborar la Reserva (H) ✓ Confirmación de la reserva (V) ✓ Expedición de Voucher y Tiquetes (A) 	<ul style="list-style-type: none"> Venta del Paquete Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de la organización - Aerolínea - Hoteles - Operadores Turísticos - Clientes



**CARACTERIZACIÓN
DEL PROCESO VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS**


Versión 1

Código: VT-C-01

**Fecha de elaboración
31 de agosto de 2005**


Página 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Fax, Teléfono ✓ Folletos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de ventas ✓ Formatos de reservas, voucher, tiquetes ✓ Voucher ✓ Tiquetes ✓ Solicitudes de Reservas ✓ Confirmaciones de Reserva ✓ Ordenes de Pago 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confirmación de la reserva ✓ Cumplimiento en las Ventas


	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GESTIÓN HUMANA	Versión 1
Código: GH-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Asegurar el personal competente para cada una de los procesos de la agencia necesarios para el cumplimiento de la calidad del servicio.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 6.2 Recurso humano

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Agencia de Empleos - Outsourcing - Clasificados 	Personal no calificado Necesidad de Cubrir vacantes Necesidades de capacitación Perfiles de cargo Hoja de vida	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitud de la vacante (P) ✓ Verificación del perfil ✓ Recepción de Hojas de Vida ✓ Entrevista (H) ✓ Selección ✓ Contratación ✓ Inducción ✓ Capacitación (P- H-A) → ✓ Evaluación (V- A) → 	Personal capacitado Contrato de Trabajo Estrategias y programas de capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de la organización


 <small>MAYORISTAS DE TURISMO</small>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GESTIÓN HUMANA	Versión 1
Código: GH-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Clientes internos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Procedimiento de capacitaciones ✓ Políticas de gestión humana ✓ Hoja de Vida ✓ Contrato de Trabajo ✓ Manual de Funciones ✓ Registro de Capacitaciones ✓ Asistencia a capacitaciones ✓ Evaluación de capacitaciones ✓ Evaluación del desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluación de Desempeño ✓ Registro de cumplimiento de los programas de Capacitación


 <small>MAYORISTAS DE TURISMO</small>	CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE COMPRAS	Versión 1
Código: GC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Adquirir productos que cumplan con los requisitos exigidos por la agencia para satisfacer las necesidades de los clientes	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 7.4 Compras

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Papelerías - Aerolínea - Hoteles - Litografías - Receptivos - Sertel oficina principal 	Necesidades de la agencia para cumplir con las solicitudes de los clientes a tiempo Requisición de vouchers y tiquetes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitar insumos (P) ✓ Realizar la orden de compra (H) ✓ Recibir y verificar el pedido (H-V) ✓ Realizar evaluación de proveedores (V-A) 	Formato de tiquetes Compra de todos los productos o servicios de acuerdo a las solicitudes realizadas Registro de evaluación de proveedores. Registro de retroalimentación a proveedores, del resultado de la evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes de la organización - Todos los procesos de la agencia. - Aerolínea - Hoteles - Litografías - Receptivos


 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE COMPRAS	Versión 1
Código: GC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Voucher ✓ Tiquetes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de compras ✓ Instructivo para la selección, y evaluación de proveedores ✓ Formato de evaluación y reevaluación de proveedores ✓ Formato de orden compra ✓ Requisición de vouchers y tiquetes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de ordenes de compra ✓ Tiempo de entrega de insumos verificación de calidad

	CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE INFRAESTRUCTURA	Versión 1
Código: GI-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Proporcionar y mantener en condiciones óptimas la infraestructura (instalaciones locativas y tecnologías de información) necesaria para lograr la conformidad en la prestación del servicio	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 6.3 Infraestructura 7.5.1 Control de la producción y prestación del servicio

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
- Procesos de la organización	Solicitud de mantenimiento Necesidades de mantenimiento de equipos, software e instalaciones.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planeación del mantenimiento preventivo de los equipos (P) ✓ Requerimiento de mantenimiento. (H) ✓ Revisión de sistemas software y hardware (H) ✓ Mantenimiento de programas y actualizaciones. (H) ✓ Mantenimiento preventivo y/o correctivo y limpieza de equipos. (H) ✓ Verificar estado de equipo: Prueba de funcionamiento. (V-A) ✓ Revisión y limpieza de instalaciones. (H) ✓ Adecuación de muebles y enseres. (H) ✓ Reparaciones locativas (H-V-A) 	Registros de mantenimiento de equipos. Equipos Instalaciones locativas, (oficina y muebles) adecuadas Revisión y mantenimiento de equipos Mantenimiento del sistema	- Procesos de la organización

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE INFRAESTRUCTURA	Versión 1
Código: GI-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Página 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hardware (Equipos Computador, impresora, FAX, teléfonos) ✓ Software Internet Sistema sobre Cisco ✓ Instalaciones locativas de la empresa y bienes muebles. ✓ Outsourcing de ing. ó de serv. general. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de infraestructura ✓ Solicitudes de requerimiento de servicio ✓ Plan de mantenimiento preventivo ✓ Registro de mantenimiento ✓ Lista de chequeo de instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento del plan de mantenimiento de equipos. ✓ Prueba de funcionamiento. ✓ Estado de las instalaciones locativas.

7.1.2 Procedimientos documentados. La norma NTC ISO 9001:2000, sólo exige la documentación de 6 procedimientos obligatorios, sin embargo, de acuerdo a las necesidades de la organización se documentaron procedimientos de acuerdo con un esquema general, el cual está contenido en la guía para elaboración de documentos (Véase Anexo (PC-G-01))

7.1.3 Registros. Los registros son un tipo especial de documentos que permiten evidenciar actividades ejecutadas, la norma exige aproximadamente 21 registros, pero de acuerdo al alcance y a las exclusiones del sistema, pueden ser menos registros, en la agencia se requirió establecer además otros formatos para registrar el cumplimiento de las actividades de la empresa.

7.1.4 Manual de calidad. El manual de calidad lo realizó el comité de calidad al terminar todas las actividades y tener bien definidos los procesos para el buen funcionamiento de la agencia y que le permitiera el mejoramiento de su servicio. (ver PC-M-01).

A continuación se reseña toda la documentación por procesos, que se levantó en compañía del comité de calidad de la organización.

7.2 RECURSOS HUMANOS

7.2.1 Gestión Humana. Se evidenció que la agencia no tiene los registros adecuados para demostrar la competencia del personal que realiza la prestación de los servicios (conforme con el numeral 6.2 de la norma NTC ISO 9001:2000), ni un objetivo definido con respecto a proporcionar un personal capacitado, no tiene definidos los requerimientos de los cargos y habilidades que mejoren la competencia de la agencia.

En la caracterización del proceso se contemplaron las siguientes actividades:

1. Selección del personal, no se generó un procedimiento de selección de personal, sino que esto se encuentra reglamentado a través de políticas de gestión humana Ver (GH-L-01). Dentro de este proceso se contemplan las siguientes actividades:

- **Selección:** Se escoge el candidato más idóneo, que ayude a la mejora y cumplimiento de las metas propuestas por la dirección de la agencia, llenando las expectativas y necesidades de la dependencia.
- **Contratación:** Diligenciamiento de toda la documentación necesaria para la vinculación del candidato, firma del contrato de trabajo y formatos de caja de compensación y salud.
- **Inducción:** Ya realizada toda la documentación, el trabajador pasa a una inducción de formación, conocimiento de la agencia, misión y visión, planeación estratégica y objetivos.

Los formatos que apoyan la selección del personal, según las políticas de la empresa, son los siguientes:

GH-F-01 Selección del personal: Este formato se generó con el fin de registrar las solicitudes de nuevo personal en una organización, el perfil requerido, la hoja de vida, los resultados de la entrevista y el candidato seleccionado.

GH-F-02 Inducción del personal: en este formato se registrará que la persona contratada para desempeñar el cargo, recibe y entiende la inducción necesaria para dar cumplimiento a sus responsabilidades.

GH-F-08 Descripción del cargo: en este formato se registrarán las funciones y competencias, (habilidades, formación, educación, experiencia) que posee o debe poseer la persona contratada para desempeñar el cargo.

2. Procedimiento de capacitaciones (GH-P-01), El cual servirá para desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios entre el personal, con una clara orientación hacia al alcance de las metas de la agencia.

Los formatos generados para dicho procedimiento son:

GH-F-03 Formato evaluación del personal: Se registrará la evaluación del desempeño y el puntaje obtenido por cada empleado de la agencia.

GH-F-04 Formato plan de capacitación: Se genera con el fin de registrar la planeación periódica de las capacitaciones del personal de la agencia, de acuerdo con sus necesidades.

GH-F-05 Formato asistencia de capacitación: Para registrar la asistencia del personal.

GH-F-06 Formato evaluación de capacitación: en este formato se calificará al capacitador, en general la logística y temas tratados en esta.

Este proceso se enriqueció con políticas del proceso para dar mayor forma y especificar mejor las actividades del proceso.

7.2.2 Ambiente de trabajo. Satisfacción del cliente interno este documento se encuentra dentro del proceso de gestión de servicio al cliente

7.2.3 Infraestructura. En lugar de generarse un procedimiento de la Infraestructura, se generaron unas Políticas (ver GI-L-01). Se tuvieron en cuenta la infraestructura tecnológica la cual comprende el mantenimiento preventivo de los computadores y equipos que están relacionados con la prestación del servicio y se verificara la capacidad de los equipos y programas informáticos que se utilicen en las actividades normales de la agencia y además se tuvo en cuenta que para cumplir con los objetivos planteados de un servicio hecho con calidad, se debe tener un ambiente de trabajo adecuado, con unas instalaciones locativas bien organizadas, puestos de trabajo limpios, buena ventilación y luz.

Para esto se realizaron las siguientes actividades según caracterización de dicho proceso:

- **Solicitud de mantenimiento:** Las dependencias deben estar pendientes de que el personal de mantenimiento este haciendo las visitas preventivas, de lo contrario realizara la solicitud para que lo hagan.
- **Verificación de sistemas software y hardware:** El personal de ingeniería realizara la limpieza de los equipos y el mantenimiento del software utilizados para la atención y servicio de los clientes.
- **Mantenimiento de Programas y actualizaciones:** Se hará un mantenimiento a todos los programas que tenga los computadores y se realizara actualizaciones a estos si es necesario.

- **Mantenimiento de planta de comunicaciones:** Se hace mantenimiento a la planta del servidor y se realizan pruebas de respuesta de las comunicaciones y de la línea telefónica.
- **Prueba de funcionamiento:** Se hará una prueba final con todos los sistemas ya instalados y computadores de la agencia para verificar su buen funcionamiento.

Para este proceso se crearon los siguientes formatos:

GI-F-01 Formato plan de mantenimiento preventivo: Se registrará el plan de mantenimiento preventivo según las necesidades y políticas de la agencia y se deberá estar pendiente de las fechas, verificando que se cumpla con lo solicitado.

GI-F-02 Formato reporte de mantenimiento: Se registrará el nombre del equipo, la fecha, el diagnóstico del equipo y las observaciones del caso anotando lo que se le va a realizar al equipo e informando si el mantenimiento es preventivo o correctivo.

GI-F-03 Formato Lista de Chequeo: Formato o lista de verificación de los puntos más críticos y que deben estar en una forma adecuada para el buen funcionamiento de la agencia y se registrará el estado y se debe hacer alguna acción correctiva.

7.2.4 Procesos relacionados con el cliente y satisfacción del cliente.

Para este proceso se crearon unas políticas de servicios al cliente (ver SC-L-01), las cuales servirán para conocer la satisfacción del cliente interno y

externos y poder determinar acciones correctivas que ayuden a mejorar el desempeño y servicio de la agencia.

Cliente Internos: Para el S.G.C. es muy importante el tener empleados comprometidos y de acuerdo con los requisitos de la agencia, por lo que se diseñó un cuestionario de 6 preguntas que medirá el compromiso y la satisfacción que de los empleados. (ver SC-F-01)

Cientes Externos: Esto hace referencia a la forma de retroalimentación con los clientes de la satisfacción que tienen ellos con el servicio de la agencia y se va a hablar del manejo de quejas y reclamos y esto hace parte de gestión de servicio al cliente. Además se permite la comunicación continua con el cliente.

Para esta medición se plasmaron los siguientes formatos:

SC-F-02 Formato de satisfacción del cliente externo: medirá la satisfacción de los clientes frente al servicio recibido.

SC-F-03 Formato de quejas y reclamos. se dará un espacio para que el cliente informe acerca de sus quejas o reclamos del servicio y la solución dada por el responsable.

7.2.5 Compras. Para el proceso de compras se definieron los documentos requeridos para ejecutar una gestión de costos, asegurando la calidad de los productos suministrados por los proveedores, realizándoles una evaluación a éstos y creando una política de compras (ver GC-L-01), que servirá de ayuda al momento de la escogencia de un proveedor y realizarle seguimiento.

Para este proceso se crearon los siguientes formatos:

GC-G-01 Guía de selección de Proveedor y evaluación: esta guía ayudará a seleccionar, contratar y evaluar el proveedor más idóneo que de soluciones y un servicio efectivo.

GC-F-01 Formato selección de proveedor: se registrará el nombre del proveedor, se le dará un puntaje a cada uno de acuerdo a las políticas de compras de la agencia y el que obtenga el mayor puntaje (debe ser superior a 70 puntos) será el elegido.

GC-F-02 Formato evaluación de proveedor: se registrará el puntaje de cada proveedor al finalizar el servicio y se tendrá en cuenta el cumplimiento, el servicio al cliente y el total de quejas que haya tenido durante el servicio.

7.3 PROCESO MISIONAL

7.3.1 Prestación del servicio (VENTA DE PAQUETES TURISTICOS). No se estableció un procedimiento documentado pero se elaboraron unas políticas de ventas (ver VT-L-01) y dentro de la caracterización se detallaron todas las actividades necesarias para la prestación del servicio y teniendo en

cuenta que la misión de la AGENCIA DE VIAJES SERTEL es la venta de paquetes turísticos y después de realizado el diagnóstico por el comité de calidad, se procede a realizar las actividades de dicho proceso y los requerimientos exigidos para el cumplimiento de la norma del sistema de gestión de calidad.

- **Recepción de solicitudes:** en esta actividad se reciben y se verifican las solicitudes de los clientes.
- **Elaborar Reserva:** Se formaliza la solicitud y se realiza el contacto con la aerolínea para la reserva de acuerdo a los datos entregados por el cliente.
- **Confirmación de la reserva:** se comunica con el cliente y se le informa fecha y hora de salida del viaje y se confirma a la aerolínea.
- **Expedición de voucher y tickets:** Una vez confirmado la reserva se le expide al cliente el ticket y el voucher para su cancelación.

Para este procedimiento se crearon los siguientes formatos:

VT-F-01 Formato de Voucher Nacional: se registra el número de la reserva nacional, el hotel, número de personas a viajar si hay niños, cuantos adultos y las observaciones del paquete turístico cuantos días y cuantas noches.

VT-F-02 Formato solicitud de reserva: se registra la reserva del viaje, el plan, la fecha de salida del vuelo, número de pasajeros y el número de tickets, quien realiza la solicitud y el nombre de la agencia mayorista.

VT-F-03 Formato reconfirmación de la reserva: se registra el plan del viaje, número de la reserva, tiquete aéreo, número de voucher, número de pasajeros y de tiquetes.

7.4 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

La agencia planificó una serie de procedimientos que van a servir de seguimiento, que serán aplicables para determinar si el S.G.C. es eficaz y confiable, realizando acciones correctivas o preventivas según el caso y teniendo un formato de registros de los indicadores más relevantes en cada proceso y su peso al momento de medir el servicio.

7.4.1 Control de documentos. Con el control de documentos se quiere brindar el conocimiento para la elaboración de datos del sistema y apoyo al personal de la agencia de Viajes Sertel Ltda.

Para esto se creó una guía de elaboración de documentos (ver PC-G-01), creando una codificación útil y sencilla que ayude al entendimiento y lectura de cualquier formato, guía, procedimientos, o políticas que la agencia de Viajes Sertel haya creado para su buen funcionamiento de su S.G.C.

Los documentos del SGC se codifican de la siguiente forma:

TP-TD-N dónde,

TP: corresponde al tipo de proceso constituido por 2 letras:

Planificación de calidad: PC

Ventas de paquetes turísticos: VT

Gestión Humana:	GH
Gestión de Compras:	GC
Gestión Infraestructura:	GI
Gestión Servicio Cliente	SC

TD: corresponde al tipo de documentos constituido por una letra:

Procedimiento:	P
Formato:	F
Guías:	G
Política:	L
Caracterización:	C
Manuales:	M

N: Corresponde al número de consecutivo de cada tipo de documento

Además, se creó un procedimiento de control de documentos (ver PC-P-01), la cual servirá para definir una metodología para elaborar, aprobar y revisar los documentos del S.G.C. Este procedimiento aplica para todos los documentos internos y es usado por el coordinador de calidad.

Para este procedimiento se diseñaron los siguientes formatos:

PC-F-01 Formato listado de documentos: Se registrará el documento creado por el comité de calidad, la versión, la fecha de elaboración del documento, el número de copias distribuidas en la agencia y la firma del responsable de sacar las copias y distribuir las.

PC-F-02 Formato solicitud de modificación y cambio de documentos: Se registrará la solicitud de eliminación o creación de un nuevo documentos,

anotando el nombre del documento, la persona que solicita el cambio o eliminación, la fecha, justificando o describiendo el por qué del cambio. Este lo deberá aprobar o no el coordinador de calidad y colocar su firma.

PC-F-03 Formato de entrega de documentos: Se registra la entrega del documento al personal de la agencia, se debe diligenciar el nombre del funcionario, nombre del documento, código, fecha, la versión y la firma del que recibió el documento.

PC-F-04 Formato control de modificaciones: Se registrarán todas las modificaciones de los documentos especificando número de versión, fecha de actualización y descripción del cambio, se registrará el código que se haya anotado en el control de los documentos del sistema.

PC-F-05 Formato de documentos externos: Se registrará el control de todos los documentos externos que afecten el normal funcionamiento de la agencia, se debe anotar el nombre del documento, el código, la entidad que lo emite, última actualización, el responsable del documento y el estado que se encuentre si es en archivo o medio magnético.

PC-F-06 Formato de documentos obsoletos: Se registrará los documentos que hayan sido eliminados o guardados y que se les haya cambiado ya la versión, se anotará fecha de entrega el número de copias recogidas y si el documento fue eliminado o guardado.

7.4.2 Control de registros. Con este procedimiento se quiere brindar una ayuda al momento que la agencia desee almacenar y recuperar documentos y registros de calidad. (ver PC-P-02)

Para este procedimiento se plantearon los siguientes formatos:

PC-F-07 Listado de registros: En este formato se registran la identificación del documento, es decir, el código la versión, el nombre del registro y el responsable de este, además debe ir el estado del documento su estado si esta en archivo o en medio magnético, su ubicación, acceso, si es restringido, confidencial o general, el tiempo de almacenamiento y su disposición.

7.4.3 Auditorias Internas. Para dar cumplimiento a los requisitos de la norma NTC ISO 9001:2000 se desarrollarán actividades de auditoria que permitan revisar periódicamente las disposiciones establecidas para el S.G.C. y verificar que se están cumpliendo eficazmente. (Ver PC-P-03)

Para este procedimiento se crearon los siguientes formatos:

PC-F-08 Formato plan de auditoría: se registrará el plan de auditoría que la coordinación de calidad ha fijado, el cual ayudará a controlar y revisar de una forma adecuada y ordenada todas las dependencias-. En este formato se anotarán el objetivo y alcance del plan, nombres del equipo auditor y del equipo auditado, recursos que se tendrán en cuenta en la auditoría, hora, fecha, lugar, actividades a llevar a cabo durante la visita y firma del responsable de la auditoría.

PC-F-09 Formato informe de auditoría: En este informe se registrará el objetivo y alcance del informe de la auditoría, el nombre del equipo auditor, nombre del equipo auditado, el plan de auditoría y los hallazgos de la auditoría, si hay conformidades o no conformidades y las conclusiones del informe.

PC-F-10 Formato de listado de verificación: Se registrará el proceso que se auditó con la fecha de la visita, quién realizó la auditoría, qué proceso se verificó, las preguntas realizadas al empleado auditado con sus respuestas, registros o evidencias estudiadas, documentos y comentarios de la auditoría.

7.4.4 Control de producto no conforme. Este procedimiento se creó para establecer la metodología de identificación y control de productos no conformes en la venta de pasajes turísticos de SERTEL, es empleado por el personal de la organización. (Ver PC-P-04).

Acompañando este procedimiento, se planteó el siguiente formato:

PC-F-11 Formato de producto no conforme: Se registrará el nombre del funcionario, fecha, el proceso que se detectó como no conforme, la descripción de la no conformidad, la naturaleza de esta, la respuesta del cliente (si es necesario), el número de la acción correctiva asociada, las observaciones y el seguimiento.

7.4.5 Acciones correctivas. Este procedimiento ayuda a eliminar la causa de la no conformidad real con objeto de prevenir que vuelva a ocurrir, para eso se establecieron una serie de actividades según procedimiento. (ver PC-P-05).

Para este procedimiento se crearon los siguientes formatos:

PC-F-12 Formato de acciones correctivas: Se registra el nombre del empleado, cargo, fecha, se coloca el nombre del proceso y la descripción de la no conformidad real presentada, se identifican las causas, realiza un plan de acción, con sus respectivas actividades, fechas posibles de ejecución y

responsable; consecutivo de acción correctiva, el seguimiento al plan de acción, firma del responsable de la acción y fecha de cierre de la no conformidad.

PC-F-13 Formato de seguimiento de acciones correctivas o preventivas:

Se registrará el número de la acción, si correctiva o preventiva, la actividad a realizarse, la fecha, el responsable y la fecha de cierre.

7.4.6 Acciones preventivas. Detectar y eliminar las causas de las no conformidades potenciales, dar cumplimiento a la norma NTC ISO 9001:2000. (Ver PC-P-06)

Para respaldar este procedimiento se emplearán los siguientes formatos:

PC-F-14 Formato de acciones preventivas: Se registra el nombre del empleado, cargo, fecha, se coloca el nombre del proceso y la descripción de la no conformidad potencial, se identifican las posibles causas, adicionalmente se identifica si es o no necesario emprender una acción preventiva y el responsable de dicha decisión, se registra el plan de acción, y el posterior seguimiento, firma del responsable de la acción y consecutivo de la acción preventiva.

PC-F-13 Formato de seguimiento de acciones correctivas o preventivas:

Se registrará el número de la acción, si correctiva o preventiva, la actividad a realizarse, la fecha, el responsable y la fecha de cierre.

8. SISTEMA DE INDICADORES DE GESTIÓN

Para los indicadores de gestión se realizó un formato donde se medirán los puntos más críticos, que ayuden a tomar decisiones eficaces y que es una forma eficiente de medición, recopilación y validación de datos para asegurar el desempeño de la agencia. (ver PC-F-14)

Los puntos que se tomaron para estos indicadores son:

- **Planificación de calidad:** Este es el indicador más importante, en el cual mediremos la capacidad de respuesta a las no conformidades y emprender las respectivas correcciones o acciones preventivas y tener control de todos los documentos que ayudan a cumplir con el S.G.C.
- **Gestión humana:** se tomaron en este proceso como puntos importantes y relevantes al momento de tomar decisiones en el diseño de S.G.C. la de dar cumplimiento a la capacitación y la evaluación del desempeño de los empleados de la agencia.
- **Gestión de compras:** una buena selección y escogencia del proveedor inciden en la prestación de un buen servicio, se toma como punto crítico el nivel de los proveedores de productos o servicios.
- **Gestión de infraestructura:** Un programa definido de mantenimiento de la parte de sistemas, permite la agilidad de respuesta a las exigencias de los clientes internos y externos.

- **Venta de paquetes Turísticos:** Ayudará a medir el tiempo promedio de respuesta a una reserva solicitada por un cliente y a determinar las ventas reales realizadas durante el mes en la agencia.
- **Proceso de sistemas servicio al cliente:** este indicador medirá la satisfacción del cliente interno y externo y se medirá los quejas y reclamos de hechas por los clientes.

9. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

En la siguiente tabla se deja un plan guía de implementación, para que la agencia de viajes Sertel Ltda.. empiece a dar a conocer a sus empleados el S.G.C. empezando con sensibilizar al personal, capacitándolo y que se genere una cultura de calidad donde se comprometan día a día con el mejoramiento del servicio. Esta implementación se realizara semana tras semana liberando documentos del sistema de calidad y haciendo que el empleado participe en dicha capacitación y al final de esta se hará un concurso y una evaluación, la cual a los mejores se le premiará por su compromiso de conocer dicho sistema.

Tabla 7 Plan de implementación del S.G.C.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1. Sensibilizar al personal 2. Inauguración	Coordinador de Calidad	Primera semana de Octubre 2005
3. Cada semana se liberará un documento del Plan de Calidad a los empleados. Los empleados deberán leerlos y se les capacitara en el uso de los formatos tan pronto se liberen todos los documentos	Coordinador de Calidad	Segunda semana de octubre/05 a noviembre/05
4. Los empleados de SERTEL LTDA. deberán leer las políticas de servicio al cliente y al final se capacitará en los formatos utilizados para este fin	Coordinador de Calidad	Primera semana diciembre /05

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
5. Se hará un concurso entre los empleados para el que haga el mejor logo de CALIDAD	Coordinador de Calidad	Segunda semana diciembre/05
6. Evaluación de las capacitaciones	Coordinador de Calidad	Tercera semana de diciembre/05
7. Aplicación de las encuestas del servicio al cliente interno y externo, indicadores del servicio al cliente	Coordinador de Calidad	Ultima semana de diciembre/05
8. Se darán a conocer los documentos de gestión humana y al final se capacitará en los formatos utilizados	Coordinador de Calidad	Primera semana enero/06
9. Evaluación del desempeño	Coordinador de Calidad	Segunda semana enero/06
10. Gestión de compras. Se les va a solicitar a los empleados que busquen la información de este procedimiento y se lo entreguen al coordinador de calidad	Coordinador de Calidad	Tercera y cuarta semana de enero/06
11. Se hará el segundo concurso de conocimientos del S.G.C.	Coordinador de Calidad	Primera semana de febrero/06
12. Se aplica evaluación de proveedores y se implementa indicadores de gestión.	Coordinador de Calidad	Primera y segunda semana febrero/06

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
13. Comunicación de documentos de ventas y capacitación de uso de los indicadores	Coordinador de calidad	Tercera semana de febrero/06
14. Capacitación de auditoría interna (acciones correctivas y preventivas)	Coordinador de calidad	Cuarta semana febrero/06
15. Comunicación de infraestructura(se hacen reuniones)	Coordinador de calidad	Primera semana marzo/06
16. Empezar el cálculo de los indicadores de gestión	Coordinador de calidad	Segunda y tercera semana marzo/06
17. Diseñar plan y ejecutar auditoría internas	Coordinador de calidad	Cuarta semana de marzo y primera de abril/06
18. Implementación de acción de mejoras internas	Coordinador de calidad	Segunda y tercera semana abril/06
19. Auditorías de certificación	Entidad certificadora	Cuarta semana abril hasta cuarta semana de mayo/06

10. CONCLUSIONES

- Para establecer un Sistema de Gestión de la calidad, es importante desde un principio establecer metas claras y definir un plan de acción a seguir. Si la agencia SERTEL LTDA. desea implementar el sistema de gestión de calidad deberá seguir paso a paso todos los requerimientos necesarios para cumplir con la norma NTC ISO 9001:2000, teniendo como base este proyecto.
- La sensibilización del personal será una parte definitiva en la implementación del diseño, la cual deberá ser muy bien planeada por la dirección de la agencia, siendo esta muy dinámica para que ellos se sientan comprometidos con el aprendizaje de la norma.
- La colaboración del todo el personal, sin importar el tamaño de la organización, será vital para el desarrollo del diseño y el éxito de la implementación, en este sentido es imprescindible la participación y el respaldo de la alta dirección de la empresa.
- Durante las fases de diseño e implementación del sistema, es necesaria la participación de personas expertas en el tema, para evitar que se incurra en errores, confusiones u omisiones, dada la inexperiencia o la falta de conocimiento de los implicados en el proyecto.

11. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

- Respecto a los procedimientos documentados del S.G.C., se debe aclarar que para identificar el encargado de las actividades documentadas en los procedimientos, es necesario remitirse al responsable del proceso que figura en las caracterizaciones.
- Se recomienda que la dirección de agencia se comprometa con el seguimiento al S.G.C. y al mejoramiento del mismo, creando una cultura en sus empleados de calidad.
- Se recomienda que todos los empleados de la organización sin excepción formen parte importante del S.G.C. y que sepan que ellos son pieza del andamiaje de éste.
- Se espera que con este diseño la agencia en un futuro implemente el S.G.C. y que al momento que se les realice una auditoría externa, se pueda certificar sus procesos.

12. BIBLIOGRAFÍA

ABADIA JIMÉNEZ, Albert. CALIDAD: MODELO ISO 9000 VERSION 2000, Ediciones Deusto 2002


INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACION ICONTEC. Sistema de Gestión de Calidad. Fundamentos y Vocabulario NTC ISO 9000. Bogotá D.C. ICONTEC. 2000.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACION ICONTEC. Sistema de Gestión de Calidad. Requisitos NTC ISO 9001. Bogotá D.C. ICONTEC. 2000.

ROGER J Howe, DEE GAEDART. PONGA LA CALIDAD A PRUEBA. McgrawHill, 1996.




MANUAL DE CALIDAD
PC-M-01
SERTEL
2005

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 1 de 14

CONTENIDO

INTRODUCCION

1. JUSTIFICACION
2. PRESENTACION DE LA EMPRESA
 - 2.1 ACTIVIDAD
 - 2.2 DOMICILIO LEGAL
 - 2.3 INFRAESTRUCTURA
 - 2.4 ORGANIZACIÓN INTERNA
 - 2.5 CLIENTES
3. SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD
 - 3.1 MISION DE SERTEL LTDA
 - 3.2 VISION DE SERTEL LTDA
 - 3.3 POLITICA DE CALIDAD
 - 3.3.1 OBJETIVOS DE CALIDAD
 - 3.4 ALCANCE Y EXCLUSIONES
 - 3.5 MAPA DE PROCESOS
 - 3.6 CARACTERIZACIONES

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 2 de 14


INTRODUCCION

El turismo es un fenómeno con rastros en civilizaciones antiguas: Mesopotámica, Egipto, Grecia, Roma. Con auge en la sociedad industrial a finales del siglo XIX. El primer viaje organizado lo llevó a cabo Thomas Cook en Inglaterra. El turismo se ha convertido en uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes desde la década de los cincuenta e impulso del turismo por disponibilidad de vacaciones pagadas, la tecnología en el transporte y sus facilidades; las comunicaciones y la información.

En la actualidad las organizaciones orientan sus esfuerzos a tener productos y servicios de alta calidad que cumplan plenamente los requisitos y expectativas de sus clientes. Por lo que la AGENCIA DE VIAJES SERTEL LTDA, diseñó un sistema de Gestión de Calidad con base en la norma ISO 9001 versión 2000, con el cual se pretende no solo mantenerse sino ser unas de las agencias mayoristas de viajes más importantes del país, logrando así una ventaja competitiva frente a sus competidores.


La contribución del turismo de eventos al desarrollo turístico de cualquier país es incuestionable. No sólo en volumen de ingresos y de turistas se resume su significativa contribución; como promotor del turismo y formador de nuevas imágenes es quizás donde radica la mayor importancia estratégica que tiene esta modalidad.

Por otra parte, no solo permite acceder a otros sectores y segmentos del mercado que reportan mayores ingresos, sino que esta modalidad permite

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 3 de 14

desarrollar acciones conjuntas en las que podremos poner en práctica la estrategia del diseño del Sistema de Gestión de Calidad.

Este aspecto se expresa en la introducción y acceso a novedosas tecnologías, lo que representa por sí solo escalones de desarrollo y de mayor cultura, al requerir como consecuencia de ello, la formación del personal que sea capaz de operarlas.


	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 4 de 14

1. JUSTIFICACION

La implantación de lo descrito en este Manual de Calidad tiene por objeto demostrar la capacidad de la agencia para satisfacer los requisitos de los clientes y los reglamentarios aplicables a la gestión de la calidad, así como los requisitos de la norma ISO 9001:2000, a excepción del requisito 7.3 Diseño y desarrollo y 7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y control, como se justifica en el alcance del SGC.

Se aspira a aumentar la satisfacción de las agencias minoristas de viajes, ciudadanos, turistas, en definitiva clientes (internos y externos), mediante la mejora continua de la agencia SERTEL LTDA seccional Bucaramanga.

La dirección de la agencia se ha comprometido mediante su Política de Calidad y objetivos concretos, a alcanzar lo antes comentado.

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 5 de 14

2. PRESENTACION DE LA EMPRESA


SERTEL LTDA, Mayorista de Turismo, está debidamente constituida hace 19 años (desde 1988) y registrada ante el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo bajo el REGISTRO NACIONAL DE TURISMO # 6192

Sertel Ltda.. fué creado especialmente para atender a sus mas importantes clientes, las agencias de viajes en Colombia y el exterior. **Página 4 de 13**

En la actualidad cuenta con tres oficinas a nivel nacional, siendo Bogotá la sede principal y como sucursales oficinas en Pereira y Bucaramanga, quienes en cada una de estas ciudades atienden debidamente las necesidades de Bogotá - a la capital y sus alrededores Villavicencio, Boyacá, Tolima, Pereira - todo el eje cafetero, Bucaramanga - los Santanderes.

Igualmente cuenta con representantes en las ciudades Cúcuta, Cali y Medellín. Sus oficinas cuentan con personal calificado y el recurso tecnológico suficiente y capacitado para atender y prestar un excelente servicio, lo que ha dado como resultado un amplio reconocimiento por parte de hoteleros y operadores a nivel nacional e internacional en algunos países, igualmente ha permitido el aval de líneas aéreas como Avianca, Aerorepública, Satena, Aires, Iberia, entre otras.

En la actualidad representan hoteles a nivel nacional en destinos como: Cartagena. Santa marta, San Andrés y Providencia, Bahía solano, Quindío, La Guajira, Eje cafetero, Capurgana. y en el ámbito internacional, hoteles

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 6 de 14

importantes de Costa rica, Panamá, Cuba, Isla margarita, Guatemala, Europa, Suramérica y La Florida.


La agencia de viajes tuvo por muchos la representación exclusiva del plan 25 de la aerolínea SAM lo que la convirtió en el único mayorista en el país que vendía la isla de San Andrés.

Para lograr un crecimiento significativo a través del tiempo, se han hecho alianzas estratégicas con empresas afines como Sol charter, los Nómadas, Viva viajando y central internacional de congresos, entre todos conforman un bloque llamado "Charter group", que permite una mayor capacidad de negociación tanto con los hoteleros como con las aerolíneas por el alto volumen de pasajeros que se manejan.

2.1 ACTIVIDAD

Es la venta de paquetes turísticos a las agencias de viajes minoristas a nivel nacional e internacional. El paquete turístico es un conglomerado de servicios que incluye alojamiento, tiquetes alimentación, receptivos a gusto de los clientes.

Para ofrecer a los clientes un paquete turístico, la empresa realiza los contactos con los proveedores de cada uno de estos servicios (hoteles, aerolíneas, operadores turísticos), quienes establecen las tarifas sobre las cuales se realiza la cotización.

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 7 de 14

La empresa maneja una amplia gama de modalidades, que permite a las agencias seleccionar la más adecuada de acuerdo a las condiciones económicas o preferenciales de sus clientes o usuarios.

2.2 DOMICILIO LEGAL

La sede se localiza en la carrera 29 N. 45-94. Oficina 308 de la ciudad de Bucaramanga, Santander.


2.3 CLIENTES

Por ser una agencia mayorista sus principales clientes son las agencias de viajes y también se atiende al público en general. Su trayectoria ha permitido que se tengan clientes VIP como Aviatur, Turismo al vuelo, Aeroviajes pacífico, Panturismo, Tour oriente, Avilatur, Viva tour, etc.

2.4 INFRAESTRUCTURA

La empresa SERTEL seccional Bucaramanga, cuenta con una oficina, ubicada en el tercer piso del edificio CENTRO EMPRESARIAL SEGUROS ATLAS, la cual se encuentra distribuida en cuatro puestos de trabajo, separados modularmente de acuerdo a los cargos del personal, cada ejecutivo de ventas cuenta con sus respectivas sillas para atención al público.


La empresa se favorece de los servicios del edificio en el cual se encuentra, pues cuenta con vigilancia privada, extintores de incendios por cada piso,

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 8 de 14

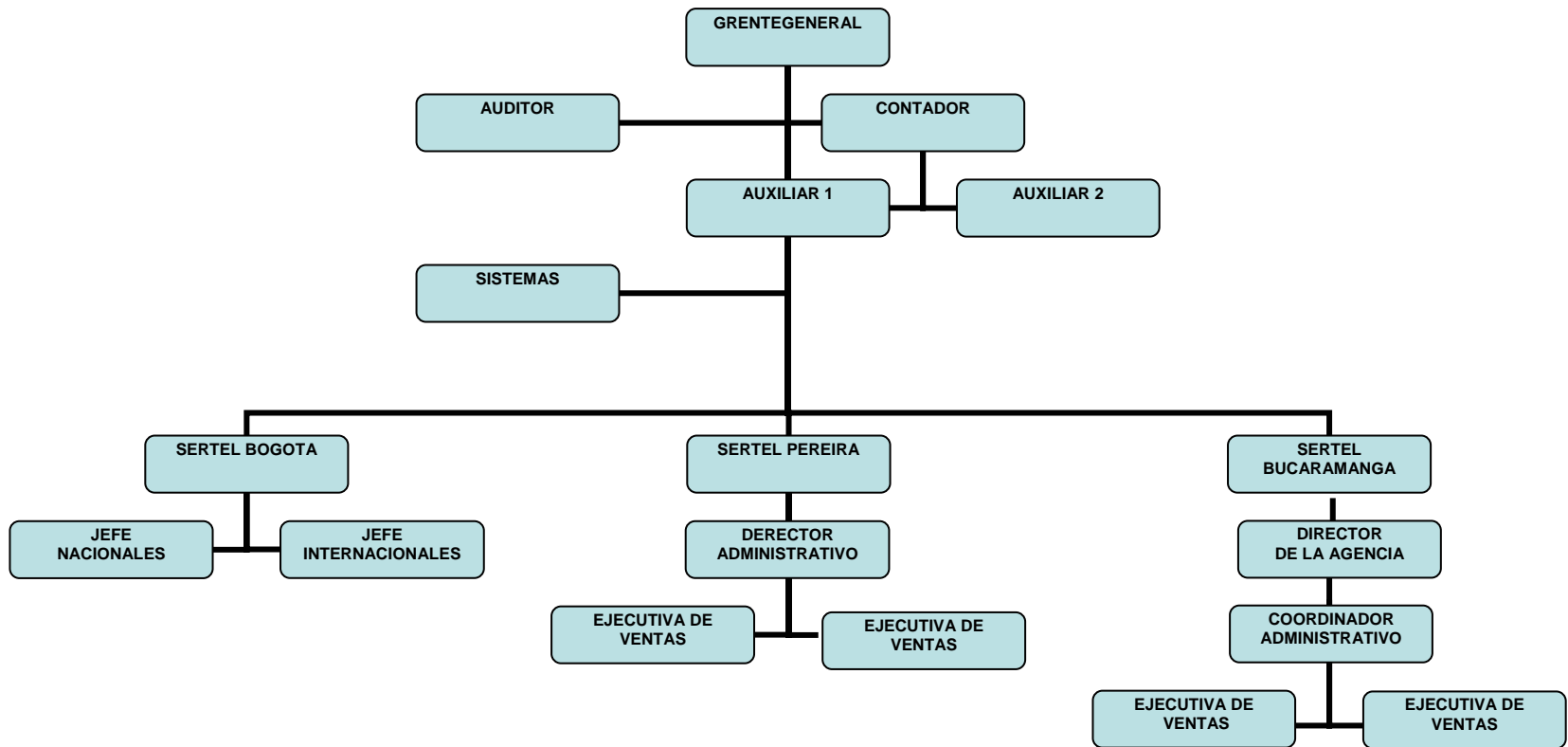
sensores de movimiento y de calor y parqueadero para clientes, lo cual garantizan seguridad para la empresa y los visitantes.


Cada ejecutivo de ventas cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para su óptimo funcionamiento tales como teléfonos, fax, equipos de cómputo e Internet permanente.

La dirección de la agencia, en cabeza del soporte de sistemas Bogotá para garantizar la prestación de sus servicios cuenta en la actualidad con un departamento de cómputo que se realiza los backups de los aplicativos de la empresa y hace el monitoreo de los servidores y demás componentes que se requieren para el correcto funcionamiento de los aplicativos de la agencia.

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p align="center">MANUAL DE CALIDAD</p>	<p align="right">Versión : 1</p>
<p>Código : PC-M-01</p>	<p align="center">Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005</p>	<p align="right">Pág. 9 de 14</p>


ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL SERTEL



	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 10 de 14

2.5 CLIENTES

Por ser una agencia mayorista sus principales clientes son las agencias de viajes y también se atiende al público en general.

 <small>MAYORISTAS DE TURISMO</small>	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 11 de 14

3. SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

3.1 MISIÓN SERTEL LTDA

SERTEL LTDA., seccional Bucaramanga, es una organización que contribuye con la generación del bienestar de los usuarios en general, y con la facilitación de las operaciones a las agencias minoristas, a través de la oferta de una alta variedad de paquetes turísticos nacionales e internacionales, superando las expectativas de sus clientes por medio del excelente servicio, el mejoramiento de sus procesos, la preparación del talento humano y creando valor para los socios de la empresa

3.2 VISIÓN SERTEL LTDA.


Hacia el año 2010 Sertel Ltda. será reconocida en Colombia, como la agencia de viajes líder en eficacia, con altos estándares de calidad en el servicio, y logrando la fidelización de sus clientes, mediante la optimización de nuestros procesos, tecnología y talento humano.

3.3 POLÍTICA DE CALIDAD

En la Empresa Sertel Ltda nuestro compromiso es lograr la satisfacción de nuestros clientes a través de la Calidad en la venta de paquetes turísticos. Para ello, contamos con un recurso humano calificado y comprometido con el Proceso de mejoramiento continuo, apoyado por un óptimo ambiente de trabajo y el manejo eficiente de los recursos.

3.3.1 Objetivos de calidad

- Mejorar progresivamente los niveles de satisfacción de los clientes internos y externos

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 12 de 14

- Proponer y ejecutar acciones que propendan por el mantenimiento y mejoramiento de los procesos de la organización.
- Contar con un personal calificado para llevar a cabo los procesos de la organización.
- Lograr un manejo eficiente de nuestros recursos.


3.4 ALCANCE Y EXCLUSIONES

La agencia de viajes SERTEL optó por implementar el SGC en el proceso de Ventas de pasajes turísticos, en la oficina de la ciudad de Bucaramanga.

Se ha decidido excluir el apartado 7.6 Dispositivos de seguimiento y medición, pues por la naturaleza de sus servicios, la empresa no cuenta con dispositivos de seguimiento y medición.

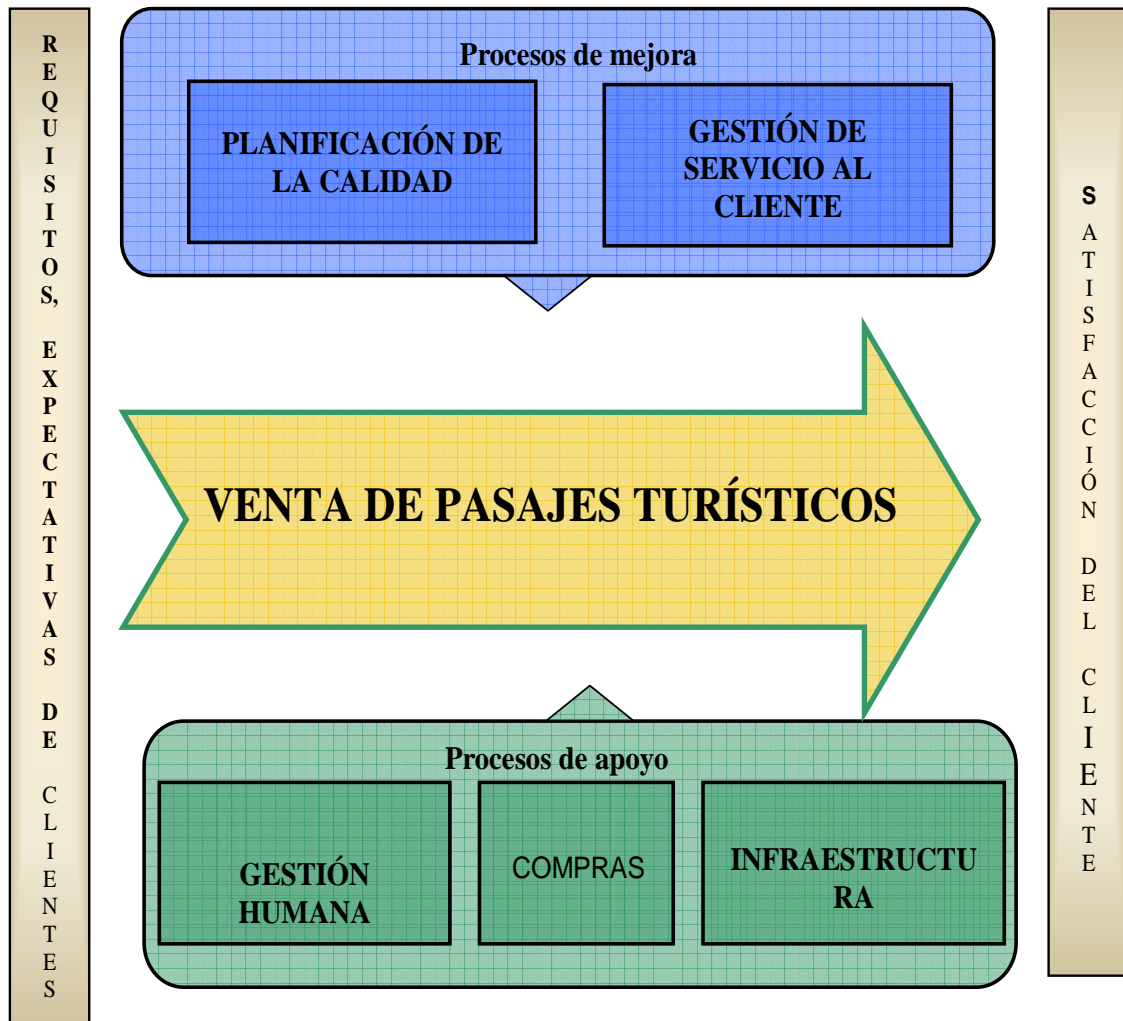
Debido a que la actividad de diseño y desarrollo depende de su oficina central en Bogotá, que los requisitos reglamentarios cumplen con las especificaciones y no han variado durante años, se ha decidido excluir además el numeral 7.3 Diseño y desarrollo.


El hecho de que el diseño no haya cambiado durante años no es pertinente para la exclusión del apartado 7.3 para este caso específico, por lo que el cambio en los requisitos reglamentarios puede necesitar modificaciones en el diseño de los servicios y la aplicación del apartado 7.3 por parte de la organización responsable del diseño, que en este caso no es la empresa SERTEL, oficina de Bucaramanga.

	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 13 de 14

3.5 MAPA DE PROCESOS

	MAPA DE PROCESOS SERTEL 21 DE JULIO DE 2005
---	---




	MANUAL DE CALIDAD	Versión : 1
Código : PC-M-01	Fecha de elaboración 15 noviembre de 2005	Pág. 14 de 14

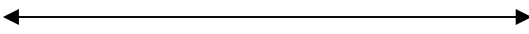
3.6 CARACTERIZACIONES


Después de haber diseñado el mapa de procesos de la agencia se empleó una herramienta llamada caracterizaciones, para establecer las actividades generales de cada uno de los procesos de la organización, en las caracterizaciones se coloca el nombre del proceso, el responsable, el objetivo, las entradas, actividades y salidas de cada proceso, el punto de la norma a cumplir, los recursos, los documentos aplicables y los puntos críticos de control como marco de referencia para el montaje de los indicadores.

A continuación presentamos las seis caracterizaciones de los procesos.

	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO PLANEACIÓN DE LA CALIDAD	Versión 1
Código: PC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 1 de 2


OBJETO DEL PROCESO	Diseñar y coordinar el sistema de gestión de la calidad para asegurar un buen servicio.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 4.2.3, 4.2.4, Control de documentos y registros 8.2. Medición y seguimiento 8.3 control producto no conforme 8.5 mejora y acciones correctivas

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
- Clientes - Procesos de la organización	Política de calidad Necesidades de documentación No conformidades Identificación de un producto no conforme. Acciones correctivas Acciones preventivas	 ✓ Planificar el S.G.C. (P) ✓ Apoyar e impulsar el mejoramiento continuo en toda la organización. ✓ Sensibilizar a los empleados en la implementación y desarrollo del SGC. ✓ Generar y controlar los documentos y registros del S.G.C. . (H) ✓ Controlar el producto no conforme (H) ✓ Planear y dirigir la ejecución de las auditorías internas (V)	Manual de calidad Documentación del SGC Registro y Documentos de los procesos Acciones correctivas Acciones preventivas Informe de	- Procesos de la organización


	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO PLANEACIÓN DE LA CALIDAD	Versión 1
Código: PC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 2 de 2


PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
	Información de los procesos de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/> Hacer seguimiento de las acciones preventivas y correctivas (A)	auditoría interna	

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<input checked="" type="checkbox"/> Papelería <input checked="" type="checkbox"/> Computador <input checked="" type="checkbox"/> Clientes internos	<input checked="" type="checkbox"/> Norma NTC-ISO 9001:2000 <input checked="" type="checkbox"/> Procedimiento de Control documentos y registros. <input checked="" type="checkbox"/> Listado de documentos y registros. <input checked="" type="checkbox"/> Procedimiento de acción preventivas <input checked="" type="checkbox"/> Procedimiento de acción correctivas <input checked="" type="checkbox"/> Procedimiento de Producto no conforme <input checked="" type="checkbox"/> Procedimiento de Auditoria Interna <input checked="" type="checkbox"/> Formato de producto No Conforme <input checked="" type="checkbox"/> Formato Plan de auditoria interna <input checked="" type="checkbox"/> Formato Lista de verificación <input checked="" type="checkbox"/> Formato Informe de auditoria interna <input checked="" type="checkbox"/> Formato de acciones correctivas y preventivas <input checked="" type="checkbox"/> Listado de documentos obsoletos <input checked="" type="checkbox"/> Formato de entrega de documentos	<input checked="" type="checkbox"/> Cumplimiento del S.G.C. <input checked="" type="checkbox"/> Auditorias internas <input checked="" type="checkbox"/> Acciones correctivas <input checked="" type="checkbox"/> Acciones preventivas

	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE	Versión 1
Código: SC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 1 de 2


OBJETO DEL PROCESO	Asegurar la satisfacción de los clientes a través de la prestación de un buen servicio.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	COORDINADOR DE CALIDAD	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 5.2 Enfoque Al Cliente 8.2.1 Satisfacción del cliente 7.2.3 Procesos relacionados con el cliente 6.4 Ambiente de trabajo

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Procesos de la organización 	Quejas y reclamos de clientes Requerimientos de clientes	 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción y manejo de quejas y reclamos de clientes. (H – V- A) ✓ Buen servicio a los clientes. (H) ✓ Planeación y ejecución de la encuesta de satisfacción de clientes internos. (P- H – V- A) ✓ Planeación, ejecución y evaluación de la encuesta de 	Evaluación de la satisfacción de clientes internos y externos Solución de quejas y reclamos de clientes. Acciones de mejora.	- Clientes

 <p>Sertel MAJORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE	Versión 1
Código: SC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 2 de 2


PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
		Satisfacción de clientes externos. (P- H – V- A)		

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Clientes internos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de servicio al cliente. ✓ Encuesta de satisfacción de clientes internos ✓ Encuesta de satisfacción de clientes externos ✓ Formato de quejas y reclamos de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Resultados en la evaluación de clientes internos ✓ Resultados en la evaluación de satisfacción de clientes externos ✓ Quejas y reclamos atendidos y solucionados.


 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS	Versión 1
Código: VT-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Entregar a los clientes un paquete turístico que les brinde confiabilidad.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	EJECUTIVOS DE VENTAS	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 7 Realización del producto (exclusión 7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y medición)

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Aerolínea - Hoteles - Operadores Turísticos - Compras 	Solicitudes Paquetes Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción de Solicitudes (P) ✓ Elaborar la Reserva (H) ✓ Confirmación de la reserva (V) ✓ Expedición de Voucher y Tiquetes (A) 	Venta del Paquete Turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de la organización - Aerolínea - Hoteles - Operadores Turísticos - Clientes


 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS	Versión 1
Código: VT-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Fax, Teléfono ✓ Folletos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de ventas ✓ Formatos de reservas, voucher, tiquetes ✓ Voucher ✓ Tiquetes ✓ Solicitudes de Reservas ✓ Confirmaciones de Reserva ✓ Ordenes de Pago 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confirmación de la reserva ✓ Cumplimiento en las Ventas


 <small>MAYORISTAS DE TURISMO</small>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GESTIÓN HUMANA	Versión 1
Código: GH-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Asegurar el personal competente para cada una de los procesos de la agencia necesarios para el cumplimiento de la calidad del servicio.	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 6.2 Recurso humano

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
- Agencia de Empleos - Outsourcing - Clasificados	Personal no calificado Necesidad de Cubrir vacantes Necesidades de capacitación Perfiles de cargo Hoja de vida	✓ Solicitud de la vacante (P) ✓ Verificación del perfil ✓ Recepción de Hojas de Vida ✓ Entrevista (H) ✓ Selección ✓ Contratación ✓ Inducción ✓ Capacitación (P- H-A) → ✓ Evaluación (V- A) →	Personal capacitado Contrato de Trabajo Estrategias y programas de capacitación	- Procesos de la organización


 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GESTIÓN HUMANA	Versión 1
Código: GH-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Computador ✓ Clientes internos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Procedimiento de capacitaciones ✓ Políticas de gestión humana ✓ Hoja de Vida ✓ Contrato de Trabajo ✓ Manual de Funciones ✓ Registro de Capacitaciones ✓ Asistencia a capacitaciones ✓ Evaluación de capacitaciones ✓ Evaluación del desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluación de Desempeño ✓ Registro de cumplimiento de los programas de Capacitación

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE COMPRAS	Versión 1
Código: GC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Adquirir productos que cumplan con los requisitos exigidos por la agencia para satisfacer las necesidades de los clientes	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 7.4 Compras

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Papelerías - Aerolínea - Hoteles - Litografías - Receptivos - Sertel oficina principal 	Necesidades de la agencia para cumplir con las solicitudes de los clientes a tiempo Requisición de vouchers y tiquetes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitar insumos (P) ✓ Realizar la orden de compra (H) ✓ Recibir y verificar el pedido (H-V) ✓ Realizar evaluación de proveedores (V-A) 	Formato de tiquetes Compra de todos los productos o servicios de acuerdo a las solicitudes realizadas Registro de evaluación de proveedores. Registro de retroalimentación a proveedores, del resultado de la evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes de la organización - Todos los procesos de la agencia. - Aerolínea - Hoteles - Litografías - Receptivos


 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	CARACTERIZACIÓN DE PROCESO DE COMPRAS	Versión 1
Código: GC-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 2 de 2

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Papelería ✓ Voucher ✓ Tiquetes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de compras ✓ Instructivo para la selección, y evaluación de proveedores ✓ Formato de evaluación y reevaluación de proveedores ✓ Formato de orden compra ✓ Requisición de vouchers y tiquetes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de ordenes de compra ✓ Tiempo de entrega de insumos verificación de calidad

	CARACTERIZACION DE GESTION DE INFRAESTRUCTURA	Versión 1
GI-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 1 de 2

OBJETO DEL PROCESO	Proporcionar y mantener en condiciones óptimas la infraestructura (instalaciones locativas y tecnologías de información) necesaria para lograr la conformidad en la prestación del servicio	NUMERALES RELACIONADOS CON EL S.G.C.
RESPONSABLE DEL PROCESO	DIRECTOR DE LA AGENCIA	NTC-ISO 9000:2001 Numeral 6.3 Infraestructura 7.5.1 Control de la producción y prestación del servicio

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
- Procesos de la organización	Solicitud de mantenimiento Necesidades de mantenimiento de equipos, software e instalaciones.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planeación del mantenimiento preventivo de los equipos (P) ✓ Requerimiento de mantenimiento. (H) ✓ Revisión de sistemas software y hardware (H) ✓ Mantenimiento de programas y actualizaciones. (H) ✓ Mantenimiento preventivo y/o correctivo y limpieza de equipos. (H) 	Registros de mantenimiento de equipos. Equipos Instalaciones locativas, (oficina y muebles) adecuadas Revisión y mantenimiento de equipos Mantenimiento del sistema	- Procesos de la organización


 <small>MAJORISTAS DE TURISMO</small>	CARACTERIZACION DE GESTION DE INFRAESTRUCTURA	Versión 1
GI-C-01	Fecha de elaboración 31 de agosto de 2005	Pág. 2 de 2

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTES
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar estado de equipo: Prueba de funcionamiento. (V-A) ✓ Revisión y limpieza de instalaciones. (H) ✓ Adecuación de muebles y enseres. (H) ✓ Reparaciones locativas (H-V-A) 		

RECURSOS REQUERIDOS	DOCUMENTOS APLICABLES	MEDICION Y SEGUIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hardware (Equipos Computador, impresora, FAX, teléfonos) ✓ Software Internet Sistema sobre Cisco ✓ Instalaciones locativas de la empresa y bienes muebles. ✓ Outsourcing de ing. ó de serv. general. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Norma NTC-ISO 9001:2000 ✓ Políticas de infraestructura ✓ Solicitudes de requerimiento de servicio ✓ Plan de mantenimiento preventivo ✓ Registro de mantenimiento ✓ Lista de chequeo de instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento del plan de mantenimiento de equipos. ✓ Prueba de funcionamiento. ✓ Estado de las instalaciones locativas.

Anexo 2
Manual De
Procedimientos
SERTEL
2005

PROCESO PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 1 de 8</p>

1. OBJETIVO

Brindar el conocimiento para la elaboración de datos del sistema y apoyo al personal de la agencia de Viajes Sertel

2. ALCANCE

Esta guía es aplicada por el coordinador de calidad o cualquier persona de la agencia que requiera generar y conocer un documento del sistema de gestión de calidad.

3. DOCUMENTOS APLICABLES

Procedimiento para el control de documentos


Lista de documentos del SGC

4. DEFINICIONES

Proceso. Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados. (NTC-ISO-9000:2000)

Procedimiento. Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso (NTC-ISO-9000:2000)

Documento. Información y su medio de soporte. Ejemplo: registros, especificaciones, procedimientos, dibujo, informe, norma etc. (NTC-ISO-9000:2000).

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 2 de 8</p>

Documentos externos o tipo parámetro. Son documentos generados por entidades externas a la empresa para ser aplicados en los procedimientos de la misma.

Formato. Documento tipo registro que captura información de una actividad específica.

Guía. Documentos que plantea un esquema a seguir para el desarrollo de un propósito particular.

Manual. Compendio de documentos que tratan sobre un tema específico.

Política. Lineamiento establecido por la organización, que permite la operabilidad de esta.

5. DESCRIPCIÓN


Todos los documentos internos del S.G.C. deben tener la siguiente estructura

5.1. ENCABEZAMIENTO

(1) LOGO	(3) NOMBRE DEL DOCUMENTO	(5) VERSION
(2) CÓDIGO	(4) FECHA DE ELABORACION	(6) PAGINA

(1) Logo de la Empresa.

(2) Código

	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 3 de 8</p>

Código : La documentación del S.G.C. se encuentra codificada de la siguiente manera TP-TF-N

TP: corresponde al tipo de proceso constituido por 2 letras:

Planificación de calidad:	PC
Ventas de paquetes turísticos:	VT
Gestión Humana:	GH
Gestión de Compras:	GC
Gestión Infraestructura:	GI
Gestión Servicio Cliente	SC


TD: corresponde al tipo de documentos constituido por una letra:

Procedimiento:	P
Formato:	F
Guía:	G
Política:	L
Caracterización:	C
Manual de calidad:	M

N: Corresponde al número de consecutivo de cada tipo de documento

NOTA: Esta codificación es asignada por el coordinador de calidad.

- (3) Nombre Del Documento
- (4) Fecha de Elaboración
- (5) Versión
- (6) Pagina código

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 4 de 8</p>

5.2. CONTENIDO

5.2.1 Procedimientos y guías

OBJETIVO O GUÍA: Todo procedimiento o guía debe llevar un objetivo el cual debe ser muy conciso y coincidir con los objetivos de la Empresa, colocar el propósito que persigue el proceso.

ALCANCE: Definir el borde que posee el proceso, el inicio, actividades que se van a abordar, el fin y otros límites del mismo.

DOCUMENTOS APLICABLES


Corresponde a los documentos que se relacionan en el procedimiento o que aplican en el proceso.

DEFINICIONES

Descripción. La descripción del procedimiento o guía describe textualmente los pasos del procedimiento a seguir, o se redacta el contenido de la guía.

En los procedimientos se redactan los pasos, definiendo responsable según la siguiente tabla:

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1.	

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 5 de 8</p>

CONTROL DE CAMBIOS

Los procedimientos y guías tendrán además la siguiente tabla de control de cambios:

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

5.2.2 Formatos. Se incluyen todos los elementos o los espacios para diligenciar la información que se quiere registrar

5.2.3 Políticas. Se incluyen todos los lineamientos que se desee normalizar en el proceso.

5.3 Pie de página.


<p>Elaborado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Revisado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Aprobado por: Nombre: Fecha:</p>
--	---	---

Elaborado Por: Esta casilla se diligencia con el nombre del empleado que elabora el documento y fecha.

Revisado por: Esta casilla se diligencia con el nombre del funcionario que revisa el documento y fecha de realizado

Aprobado por: Esta casilla se diligencia con el nombre de del funcionario que aprueba el documento y fecha de realizado.

NOTA: Los formatos no tiene pie de página asociado.

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 6 de 8</p>

6. CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

1. OBJETIVO

Definir una metodología para elaborar, aprobar y revisar los documentos del S.G.C.

2. ALCANCE


Este procedimiento aplica para todos los documentos internos aplicados al S.G.C. y es usado por el coordinador de calidad

3. DOCUMENTOS ASOCIADOS

- Guía para elaboración de documentos
- Listado de documentos del S.G.C.
- Solicitud de modificaciones y cambios de los documentos
- Formato de entrega de documentos
- Formato de documentos externos
- Formato de documentos obsoletos


4. DEFINICIONES

- Procedimiento: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 7 de 8</p>

5. DESCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Identificar necesidades de creación o mejora	Personal de SERTEL
2. Recolectar y documentar la información	Responsable del proceso
3. Elaborar borrador del documento	Responsable del proceso
4. ¿Se necesita crear o modificar documento? Si : pase actividad paso 5 si NO = se informa que no es necesario al coordinador de calidad	Responsable del proceso
5. Recopilar información	Responsable del proceso
6. Elaborar el primer borrador o modificación de acuerdo a la guía	Coordinador de calidad
7. Revisar que el documento se ajusta a las necesidades	Responsable del proceso
8. Imprimir el definitivo verificar código, versión, fecha de creación o modificación y la legibilidad del documento	Responsable del proceso
9. Se aprueba el documento.(siempre debe ir quien aprueba, verifica y revisa el documento	Coordinador de calidad
10. Se recibe y se destruye los documentos obsoletos	Responsable del proceso
11. Registrar en el listado de documentos, el documento actualizado	Responsable del proceso
12. Identificar el nuevo documento como copia controlada	Responsable del proceso
13. Distribuir los documentos a los responsables de los procesos	Responsable del proceso
14. Registrar en el formato de entregas de documentos	Responsable del proceso
15. Capacitar al personal respecto al uso del o formato	Coordinador de calidad
16. Implementar el documento	Coordinador de calidad

	<p>PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-01</p>	<p>Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005</p>	<p>Pág. 8 de 8</p>

CONTROL DE LOS DOCUMENTOS EXTERNOS

El control de los documentos externos que afecten directamente el servicio suministrado por SERTEL LTDA. se realiza utilizando el formato “ Listado maestro de documentos externos “ PC-F-04 en el cual se indica la clase del documento a controlar, el nombre del documento, la fecha de edición del documento y la fecha de actualización del documento. Se emitirán copias controladas de éstos y es función del Coordinador de Calidad velar por distribución y el mantenimiento de la edición vigente del mismo.

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION



FORMATO DOCUMENTOS EXTERNOS

Versión: 1

**Código:
PC-F-04**

**Fecha de elaboración
JULIO 3 de 2005**

Pág. 1 de 1

NOMBRE DEL SOLICITANTE		FECHA DE SOLICITUD	SOLICITUD DE: CREACION ___ MODIFICACION ___ ELIMINACION ___
NOMBRE DEL DOCUMENTO	TIPO DE DOCUMENTO	CODIGO	VERSIÓN

DESCRIPCION Y JUSTIFICACIÓN

ESPACIO PARA SER DILIGENCIADO SOLO POR EL COORDINADOR DE CALIDAD

APROBADO	FECHA DE CAMBIO	RESP. ASIGNADO	OBSERVACIONES
SI ___ NO ___			



FORMATO DOCUMENTOS OBSOLETOS


Versión: 1

**Código:
PC-F-05**

**Fecha de elaboración
JULIO 3 de 2005**

Página 1 de 1

FECHA DE ENTREGA	NÚMERO COPIAS RECOGIDAS	QUE SE HIZO CON EL DOCUMENTO ELIMINADO/GUARDADO

	PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE REGISTROS	Versión: 1
Código: PC-P-02	Fecha de elaboración JULIO 3 de 2005	Pág. 1 de 2

1. **OBJETIVO:** Almacenar y recuperar documentos y registros de calidad

2. **ALCANCE:** Para todo el personal de la agencia Sertel Ltda.

3. DOCUMENTOS APLICABLES

- Lista de registros
- Guía para la elaboración de documentos

4. DEFINICIONES

Procesos: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados. (NTC-ISO-9000:2000)

Formato: Documento tipo registro que captura información de una actividad específica.

Registros: Secuencia de actividades que interactúan dando un resultado

5. DESCRIPCION

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Define el registro de calidad del sistema	Responsable del proceso
2. Planificar el control de los registros y apuntar en la lista de registros	Coordinador de calidad
3. Diligenciar los registros de calidad	Responsable del proceso
4. ¿Es identificable?: SI pase a la actividad 5 - NO pase a la actividad N. 3 (Es identificable cuando se haya verificado en el código de la guía)	Coordinador de Calidad
5. Almacena el documento (realizar 2 copias de seguridad digital a los archivos cada seis meses)	Coordinador de Calidad
6. ¿Es recuperable? Si pase actividad N. 7 NO pase a la actividad N. 3	Coordinador de Calidad

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---



PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE REGISTROS

Versión: 1

**Código:
PC-P-02**

**Fecha de elaboración
JULIO 3 de 2005**


Pág. 2 de 2

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
7. Conservar el registro de calidad hasta su disposición final	Coordinador de Calidad
8. Actualiza la lista de registros (ver según código PC-F-06)	Coordinador de calidad

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---

	PROCEDIMIENTO DE ACCIONES CORRECTIVAS	Versión: 1
Código: PC-P-03	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág.1 de 2

1. OBJETIVO

Eliminar la causa de la no conformidad con objeto de prevenir que vuelva a ocurrir

2. ALCANCE

Aplica desde el momento que se detecta un producto no conforme

3. DOCUMENTOS ASOCIADOS

- Formato de acciones correctivas
- Formato de seguimiento de acciones correctivas

4. DEFINICIONES

- **No conformidad:** Incumplimiento de un requisito
- **Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.
- **Producto:** Resultado de un proceso.
- **Producto no conforme:** Un producto o servicio realizado será no conforme cuando no cumpla con los requisitos especificados en:
 - ✓ El pedido, condiciones acordadas para la prestación del servicio;
 - ✓ En las especificaciones de los pasajes turísticos.
- **Corrección:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.
- **Acción correctiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.
- **Acción preventiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencialmente indeseable.



PROCEDIMIENTO DE ACCIONES
CORRECTIVAS

Versión: 1

Código: PC-P-03

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Pág.2 de 2

5. DESCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Detectar las no conformidades reales	Personal de SERTEL
2. Reportar las no conformidades a los dueños proceso	Personal de SERTEL
3. Revisar las no conformidades	Responsable del proceso
4. Clasificar la fuente de la no conformidad	Responsable del proceso
5. Determinar las causas. Utilizar la herramienta de los 5 por qué	Responsable del proceso
6. Establecer un plan de acción	Responsable del proceso
7. Implementar el plan de acción	Responsable del proceso
8. Registrar los resultados de las acciones	Coordinador de calidad
9. Verificar la efectividad de la implementación	Coordinador de calidad

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION



FORMATO DE REPORTE DE ACCIONES
CORRECTIVAS


Versión: 1

Código: PC-F-07

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE		FECHA
CARGO		
PROCESO		
DESCRIPCION DE LA NO CONFORMIDAD REAL		
POSIBLES CAUSAS		
PLAN DE ACCION		
ACTIVIDAD	FECHA	RESPONSABLE
ESPACIO A SER DILIGENCIADO POR COORDINADOR DE CALIDAD SEGUIMIENTO		
FECHA DE CIERRE DE LA NO CONFORMIDAD	CONSECUTIVO DE ACCIONES CORRECTIVAS _____	

	PROCEDIMIENTO DE ACCIONES PREVENTIVAS	Versión: 1
Código: PC-P-04	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág.1 de 2

1. OBJETIVO

Detectar y eliminar las causas potenciales de los productos no conformes

2. ALCANCE

Aplicar desde el momento que se detecte un problema potencial


3. DOCUMENTOS ASOCIADOS

- Registro de acciones preventivas
- Seguimiento de acciones correctivas y preventivas

4. DEFINICIONES

- **No conformidad:** Incumplimiento de un requisito
- **Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.
- **Producto:** Resultado de un proceso.
- **Producto no conforme:** Un producto o servicio realizado será no conforme cuando no cumpla con los requisitos especificados en:
 - ✓ El pedido, condiciones acordadas para la prestación del servicio;
 - ✓ En las especificaciones de los pasajes turísticos.
- **Corrección:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.
- **Acción correctiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.
- **Acción preventiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencialmente indeseable.

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p align="center">PROCEDIMIENTO DE ACCIONES PREVENTIVAS</p>	<p align="right">Versión: 1</p>
<p>Código: PC-P-04</p>	<p align="center">Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p align="right">Pág. 2 de 2</p>

5. DESCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Detectar la no conformidad potencial	Personal de SERTEL
2. Reportar la no conformidad a los dueños del proceso	Personal de SERTEL
3. Revisar la no conformidad	Responsable del proceso
4. ¿Son necesarias las Acciones Preventivas? Si continuar a la actividad 6, No: continuar a la actividad 5	Responsable del proceso
5. Se le informa al Coordinador de Calidad y fin del proceso	Responsable del proceso
6. Clasificar la fuente de la no conformidad	Responsable del proceso
7. Determinar las causas, utilizando la Herramienta de la actividad 5 Porque.	Responsable del proceso
8. Establecer Plan de Acción	Responsable del proceso
9. Implementar el Plan de Acción	Responsable del proceso
10. Registrar los resultados de las Acciones	Coordinador de calidad
11. Verificar efectividades de la Implementación	Coordinador de calidad

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

<p>Elaborado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Revisado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Aprobado por: Nombre: Fecha:</p>
---	--	--



FORMATO DE REPORTE DE ACCIONES PREVENTIVAS

Versión: 1

Código: PC-F-14

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE	FECHA
CARGO	
PROCESO	

DESCRIPCION DE LA NO CONFORMIDAD POTENCIAL:

POSIBLES CAUSAS:

EMPRENDER PLAN DE ACCIÓN: SI _____ NO: _____

RESPONSABLE DE DECISIÓN:

PLAN DE ACCION

ACTIVIDAD	FECHA	RESPONSABLE

ESPACIO A SER DILIGENCIADO POR COORDINADOR DE CALIDAD
SEGUIMIENTO

CONSECUTIVO DE ACCIONES PREVENTIVAS _____



SEGUIMIENTO DE ACCIONES CORRECTIVAS Y/O PREVENTIVAS


Versión: 1

Código: PC-F-08

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Página 1 de 1

N.	ACCIONES PREVENTIVAS	ACCIONES CORRECTIVAS	ACTIVIDAD	FECHA	RESPONSABLE	FECHA DE CIERRE

	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍAS INTERNAS	Versión: 1
Código: PC-P-05	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág.1 de 2

1. OBJETIVO

Revisar las actividades y disposiciones previamente establecidas, para satisfacer que la calidad se esté cumpliendo eficazmente

2. ALCANCE

Verificar la efectividad del S.G.C., esto es aplicado por el equipo de auditores internos de la organización.

3. DOCUMENTOS ASOCIADOS

- Plan y Cronograma de actividades
- Plan de auditoria
- Lista de Verificación
- Informe de auditoria
- Seguimiento de Acciones Correctivas y Preventivas


4. DEFINICIONES

Auditoria: Se dice de la actividad que, mediante la utilización de determinadas técnicas de revisión, tiene por objeto la emisión de un informe acerca de la fiabilidad de los documentos de la empresa auditada.

Proceso: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan y transforman elementos de entrada en resultados.

Auditoria interna: Es la realizada en carácter de dependencia y tiene por objeto el control de los sistemas del ente, esta puede ser realizada por un profesional o idóneo en el tema.

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---

 <small>MAYORISTAS DE TURISMO</small>	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍAS INTERNAS	Versión: 1
Código: PC-P-05	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág. 2 de 2

5. DESCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Revisar la Planeación de Auditorias (Cronograma Actual)	Comité de Calidad
2. Preparar las Auditorias	Coordinador de Calidad
3. Seleccionar el equipo de Auditorias	Comité de Calidad
4. Elaborar un Plan de Auditorias (Formato Auditoria)	Equipo Auditor
5. Informar al auditado con una semana de anticipación	Equipo Auditor
6. Realizar las auditorias según los parámetros de la norma ISO 19011 (Lista de Verificación)	Equipo Auditor
7. Elaborar informe con los hallazgos de la auditoria y presentarlo al dueño del proceso y coordinador de Calidad	Equipo Auditor
8. Elaborar Acciones correctivas o Preventivas (ver procedimiento según el caso)	Responsable del Proceso
9. Revisar informes de auditorias internas a fin de año	Comité de Calidad

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---



FORMATO PLAN DE AUDITORÍA

Versión: 1

Código: PC-F-09

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

OBJETIVO	
ALCANCE	
CRITERIOS	
EQUIPO AUDITOR	
EQUIPO AUDITADO	
RECURSOS	

PROGRAMA DE AUDITORÍA

HORA	FECHA	LUGAR	ACTIVIDAD	RESPONSABLE



FORMATO LISTA DE VERIFICACIÓN

Versión: 1

Código: PC-F-10

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Página 1 de 1

PROCESO AUDITADO				FECHA
AUDITORES				
PROCESO ESTABLECER PREGUNTAS	RESPONSABLE	EVIDENCIA O REGISTRO	DOCUMENTO	COMENTARIO



FORMATO INFORME DE AUDITORÍA


Versión: 1

Código: PC-F-11

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

CODIGO	FORMATO INFORME AUDITORÍA			
OBJETIVO				
ALCANCE				
CRITERIOS				
EQUIPO AUDITOR				
EQUIPO AUDITADO				
RECURSOS				
PROGRAMA DE AUDITORÍA				
HORA	FECHA	LUGAR	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
HALLAZGOS				
CONFORMIDADES			NO CONFORMIDADES	
CONCLUSIONES				

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE PRODUCTO NO CONFORME	Versión: 1
Código: PC-P-06	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág.1 de 3

1. OBJETIVO

Establecer la metodología para realizar el control de productos no conformes de la empresa SERTEL.

2. ALCANCE

Este procedimiento se implementa a partir de la fecha de aprobación, es empleado por el personal de la organización y tiene aplicación para identificar y controlar los productos no conformes en la venta de pasajes turísticos de SERTEL.


3. DOCUMENTOS ASOCIADOS

Formato de control de producto no conforme.

4. DEFINICIONES

- **No conformidad:** Incumplimiento de un requisito
- **Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.
- **Producto:** Resultado de un proceso.
- **Producto no conforme:** Un producto o servicio realizado será no conforme cuando no cumpla con los requisitos especificados en:
 - ✓ El pedido, condiciones acordadas para la prestación del servicio;
 - ✓ En las especificaciones de los pasajes turísticos.
- **Corrección:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.
- **Acción correctiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE PRODUCTO NO CONFORME	Versión: 1
Código: PC-P-06	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág.2 de 3

- **Acción preventiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencialmente indeseable.

5. DESCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Revisar los requisitos de los productos o servicios. Identificando las situaciones que ocasionan un servicio no conforme.	Personal de SERTEL
2. Revisar los requisitos del Sistema de gestión de la calidad.	Responsable del proceso
3. Si hay un producto no conforme, registrar y reportar el producto no conforme detectado al dueño del proceso. (Formato de producto no conforme)	Personal de SERTEL
4. Revisar, analizar y determinar la naturaleza de la no conformidad detectada.	Responsable del proceso
5. ¿Es un producto no conforme? Sí: pase a actividad 6, No, pase a actividad 8.	Responsable del proceso
6. ¿Se requiere acción inmediata? Sí: pase a actividad 7, No: pase a actividad 8.	Responsable del proceso
7. Establecer las correcciones necesarias, así como su responsable para lograr la conformidad del producto no conforme.	Responsable del proceso
Cuando el dueño del proceso lo considere pertinente se comunicará al cliente el producto no conforme para solicitarle instrucciones para el tratamiento del mismo.	
8. Evaluar las acciones tomadas.	Responsable del proceso
9. Si se hace necesario, definir las acciones correctivas o preventivas pertinentes (para esto remítase al Procedimiento PC-P-06 Acciones correctivas ó PC-P-07 acciones preventivas)	Coordinador de calidad
10. Notificar al personal pertinente el tratamiento del producto no conforme.	Responsable del proceso

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---



PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE
PRODUCTO NO CONFORME

Versión: 1

Código: PC-P-06

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Pág.3 de 3

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
11. Realizar seguimiento a las acciones implementadas, para verificar su efectividad. (esta actividad se realiza en conjunto con coordinación de calidad)	Coordinador de calidad

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---



**FORMATO DE CONTROL DE PRODUCTO NO
CONFORME**

Versión: 1

Código: PC-F-12

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Página 1 de 1

NOMBRE	CARGO	FECHA
PROCESO NO CONFORME		
DESCRIPCION		
NATURALEZA NO CONFORMIDAD		
RESPUESTA DEL CLIENTE		
N. ACCIONES CORRECTIVAS ASOCIADAS		
OBSERVACIONES Y SEGUIMIENTO		



FORMATO DE MINUTAS

Versión: 1


Código: PC-F-13

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

FECHA	LUGAR	CIUDAD
PARTICIPANTES		FIRMA
TEMAS A TRATAR		
OBSERVACIONES		
COMPROMISOS	RESPONSABLE	

PROCESO GESTIÓN HUMANA

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p>POLÍTICAS DE GESTIÓN HUMANA</p>	<p>Versión: 1</p>
<p>Código: GH-L-01</p>	<p>Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p>Página 1 de 1</p>

1. Se deben seleccionar mínimo tres hojas de vida
2. El Director de la agencia se encargara de la selección del personal de acuerdo al formato (GH-F-01)
3. Deberá diligenciarse el formato de descripción del cargo (GH-F-08) para reflejar las habilidades, experiencia, educación y formación del personal, que participe en los procesos de la empresa.
4. El puntaje se tomará según la escala asignada para este fin: 1 será el puntaje más bajo y 5 el mas alto.
5. Se seleccionará el de mayor puntaje
6. La hoja de vida seleccionada se deberá archivar con toda la documentación incluyendo contrato y las otras hojas de vida se archivará para una próxima vacante
7. Se le deberá informar al candidato seleccionado de la documentación que debe anexar a la firma del contrato
8. Se entrega copia del contrato y se archiva el original en la carpeta del empleado
9. Se realiza un proceso de inducción de conocimientos de la empresa y del cargo a desempeñar, este registro se deberá archivar en el formato (GH-F-02)
10. La inducción se hará cinco días después de firmado el contrato y será dictado por el jefe inmediato
11. Se hará una evaluación del desempeño cada seis meses según fechas estipuladas por la dirección, se utilizará el formato (GH-F-03) y será revisado por el jefe inmediato. Si el jefe no esta de acuerdo con la calificación se hará una retroalimentación al empleado.
12. Un empleado competente deberá obtener un puntaje promedio del 50% o más, si en dos oportunidades consecutivas alcanza el 50% o menos, deberá estudiarse la posibilidad de requerir una nueva persona para el cargo.

<p>Elaborado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Revisado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Aprobado por: Nombre: Fecha:</p>
---	--	--



FORMATO DE REQUISICIÓN Y SELECCIÓN DE PERSONAL

Versión: 1

Código: GH-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE	CARGO	FECHA
CARGO SOLICITADO		
PERFIL		
FIRMA DIRECTOR DE LA AGENCIA		

SELECCIÓN PERSONAL

NOMBRE ASPIRANTES	PERFIL			ENTREVISTA	
	EDUCACION	FORMACION	EXPERIENCIA	PRESENTACION Y MODALES	TOTAL

PERSONA SELECCIONADA _____

FECHA DE SELECCIÓN _____



FORMATO DE INDUCCIÓN

Versión: 1

Código: GH-F-02

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

Yo, _____ Identificado con C.C. _____

Recibí Inducción organizacional el día _____ impartida por:
_____ y la inducción de mi Cargo el día _____ impartida por:

Firma del Empleado _____

Fecha _____

Firma del Director de la agencia: _____



FORMATO DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Versión: 1

Código: GH-F-08

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

IDENTIFICACION

Nombre del cargo:

Fecha:

Cargo del Jefe Inmediato:

DETALLE DE LAS RESPONSABILIDADES:

-

Y las demás funciones que le asigne el jefe inmediato y que por su naturaleza estén relacionados directamente con el cargo.

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

Educación:

-

Formación:

-

Experiencia :

-

Otras habilidades y destrezas:

- Buen trato y servicio al cliente.
- Alta concentración mental.

Elaborado por: _____ Revisado por: _____



FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO


Versión: 1

Código: GH-F-03

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE	CARGO			FECHA	
	1	2	3	4	5
1 conocimientos					
2 Habilidades					
3 Presentación					
4 Atención al Cliente					
TOTAL (%)					
OBSERVACIONES					
JEFE INMEDIATO					
COMPROMISOS					

	PROCEDIMIENTO DE CAPACITACIÓN	Versión: 1
Código: GH-P-01	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Página 1 de 1

PROCEDIMIENTO DE CAPACITACION

1. OBJETIVO: Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios, con una clara orientación hacia al alcance de las metas de la agencia.

2. ALCANCE: Desde la recepción de la necesidad de la capacitación y el entrenamiento del empleado

3. DOCUMENTOS APLICABLES:

- Formato plan de capacitación
- Formato asistencia de capacitación
- Formato evaluación de capacitación

4. DEFINICION:

Capacitación: Es complementar la educación académica del "empleado" o prepararlo para emprender trabajos de más responsabilidad. Otras teorías manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre él puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz. Cuando se trata de mejorar las habilidades manuales o la destreza de los individuos entramos al campo del adiestramiento, el conjunto capacitación y adiestramiento se conoce con el nombre de entrenamiento en el trabajo.

5. DESCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1. Identificar necesidades de capacitación de los empleados anualmente. (GH-F-04)	
2. Generar el Plan de Capacitación anual (GH-F-05)	DIRECTOR DE LA AGENCIA
3. Ejecutar capacitación según el plan y registro de asistencia (GH-F-06)	CAPACITADOR
4. Evaluación de la Capacitación (GH-F-07)	CAPACITADOR
5. Se tabulan los resultados de la capacitación al finalizar el año	CAPACITADOR
6. Revisar el informe anual	DIRECTOR DE LA AGENCIA

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION

Elaborado por: Nombre: Fecha:	Revisado por: Nombre: Fecha:	Aprobado por: Nombre: Fecha:
--	---	---



FORMATO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Versión: 1

Código: GH-F-04

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE	CARGO	FECHA
¿Cómo le pareció el plan de capacitaciones del periodo anterior?		
¿Qué tema le gustaría que se tratara en futuras capacitaciones?		
¿Qué sugerencias aportan para futuras capacitaciones?		

**FORMATO EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN****Versión: 1****Código: GH-F-07****Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005****Página 1 de 1**

NOMBRE	CARGO	FECHA		
NOMBRE DEL CAPACITADOR:				
Criterios de calificación Por favor califique la capacitación según su criterio en buena, regular o mala.		BUENA	REGULAR	MALA
1. ¿En general como le pareció la Capacitación?				
2. En general como le pareció la logística de la capacitación				
3. En general, ¿cómo le pareció el Capacitador?				
4. En General ¿cómo le parecieron los temas?				
Sugerencias de la Capacitación				

PROCESO GESTIÓN DE COMPRAS



POLÍTICAS DE COMPRAS

Versión: 1

Código: GC-L-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

1. Quincenalmente se entregara un reporte a las aerolíneas y hoteles para su pago respectivo según formato (GC-F-01)
2. Se llevará la base de proveedores según formato (GC-F-02)
3. Cuando un proveedor quiera ofrecer sus productos deberá acercarse y llenar la actualización de datos el cual se tendrá en cuenta para la selección del proveedor
4. Para la selección de nuevos proveedores se solicitará referencias escritas a otras agencias de viajes y mayoristas teniendo en cuenta el tiempo de entrega, cumplimiento y precio. Se seleccionará el de mayor puntaje según formato (GC-F-02)
5. Para la reservación de hoteles y tiquetes aéreos se debe hacer con cinco días de anterioridad a la fecha del viaje y con los operadores dos días antes
6. Se hará la compra de la tarjeta de asistencia médica de acuerdo a la solicitud del cliente
7. Todas las compras deben estar autorizadas por el Director de la agencia
8. Se hará una evaluación y revalidación de proveedores según guía (GC-G-01) y formato de evaluación (GC-F-03)
9. Se informará a los operadores vía e mail con al información de horarios de vuelo, nombre de la Aerolínea con la que vuela el pasajero, nombre del Hotel y servicio adicionales para que sean prestados a los clientes
10. La selección del proveedor se tendrá en cuenta para aquellos que obtengan un puntaje igual o superior al 70%

Elaborado por:
Nombre:
Fecha:

Revisado por:
Nombre:
Fecha:

Aprobado por:
Nombre:
Fecha:



GUÍA PARA LA SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Versión: 1

Código: GC-G-01

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Pág.1 de 5

OBJETIVO: Seleccionar, contratar y evaluar el proveedor más idóneo que de soluciones y un servicio efectivo

ALCANCE: Desde que se define a los proveedores, quienes actualiza los datos para ingresar en la base de datos hasta la aceptación del contrato

DEFINICIONES:

Proveedor: Industrial, comerciante, profesional, o cualquier otro agente económico que, a título oneroso o con un fin comercial, proporcionen a otra persona un bien o servicio, de manera profesional y habitual

ACTIVIDAD		RESPONSABLE
1. Tipos de proveedores: existen 3 tipos de proveedores Hoteles y Aerolíneas Guías turísticos Papelerías.		Coordinador administrativo
2. SELECCIÓN: los criterios de selección y su respectivo puntaje ponderado son:		
Criterios para hoteles y aerolíneas	puntaje	
Experiencia	40	
Referencias	30	
Variedad	30	
Criterios Guías turísticos	puntaje	
Experiencia	60	
Precio	40	
Papelerías	puntaje	
Calidad	50	
Precio	50	



3. EVALUACIÓN: Los criterios de evaluación y su respectivo puntaje ponderado son:

Criterios para hoteles y aerolíneas	puntaje
Cumplimiento,	40
Calidad	30
Quejas y reclamos.	20
Servicio al cliente,	10

Criterios Guías turísticas	puntaje
Cumplimiento	100

Papelerías	puntaje
Calidad	50
Tiempo de entrega	50

4. METODO DE CALIFICACION: Se califica según la siguiente escala

E = Excelente = 100
B = Bueno = 70
A =Aceptable = 50
R =Regular = 30
M = Malo = 10

5. DEFINICION DE CRITERIOS:

EXPERIENCIA: Antigüedad del Proveedor.

E = El proveedor posee un tiempo de funcionamiento de mas de 10 años.

B = El proveedor posee un tiempo de funcionamiento entre 6 y 9 años.

A = El proveedor posee un tiempo de funcionamiento entre 2 y 5 años.

R = El proveedor posee un tiempo de funcionamiento entre 1 año y 2 años.

M = el proveedor tiene un tiempo de funcionamiento inferior a un año.

Coordinador administrativo

Coordinador administrativo



GUÍA PARA LA SELECCIÓN Y EVALUACIÓN
DE PROVEEDORES

Versión: 1

Código: GC-G-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág.3 de 5

REFERENCIAS: La información proporcionada por otros clientes de la empresa, respecto a su desempeño como proveedor.

E = El proveedor presentó 4 referencias comprobadas que acreditan y respaldan su cumplimiento y responsabilidad.

B = El proveedor presentó 3 referencias comprobadas que acreditan y respaldan su cumplimiento y responsabilidad.

A = El proveedor presentó 23 referencias comprobadas que acreditan y respaldan su cumplimiento y responsabilidad.

R = El proveedor presentó 1 referencias comprobadas que acreditan y respaldan su cumplimiento y responsabilidad.

M = El proveedor no presenta ninguna referencia respecto a la prestación del servicio.

VARIEDAD: Cantidad de opciones ofrecidas por el proveedor y la flexibilidad de los productos o servicios que ofrece.

E = el proveedor ofrece un 25% mas de opciones que sus competidores.

B = el proveedor ofrece entre un 1% y un 25% mas de opciones que sus competidores.

A =El proveedor ofrece la misma cantidad de opciones que sus competidores.

R = el proveedor ofrece entre un 1% y un 25% de opciones por debajo de sus competidores.

M = El proveedor ofrece el 25% menos de opciones que sus competidores.

Coordinador
administrativo

Coordinador
administrativo

PRECIO: El valor de venta de los productos o servicios.

E = El proveedor ofrece mas de un 20% por debajo de sus competidores.

B = El proveedor ofrece entre un 5% y un 20% por debajo de sus competidores.

A = El proveedor ofrece entre un 5% por debajo y un 5% por encima de sus competidores.

R = El proveedor ofrece un 5% y un 20% por encima de sus competidores.

M = El proveedor ofrece mas de un 20% por encima de sus competidores.

Coordinador
administrativo



GUÍA PARA LA SELECCIÓN Y EVALUACIÓN
DE PROVEEDORES

Versión: 1

Código: GC-G-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 4 de 5

CALIDAD: El cumplimiento de las especificaciones del producto, solicitado por el cliente.

- E = Los productos proporcionados por el proveedor coinciden un 100% con las especificaciones del cliente.
- B = Los productos proporcionados por el proveedor coinciden entre un 80% y un 100% con las especificaciones del cliente.
- A = Los productos proporcionados por el proveedor coinciden un 60% y un 80% con las especificaciones del cliente.
- R = Los productos proporcionados por el proveedor coinciden menos del 60% con las especificaciones del cliente.
- M = Los productos proporcionados por el proveedor no coinciden con las especificaciones del cliente.

Coordinador
administrativo

CUMPLIMIENTO: La entrega del producto o servicio en el tiempo y condiciones pactadas.

- E = el proveedor proporcionó el 100% de los productos pactados, según negociación.
- B = el proveedor proporcionó entre el 80% y el 100% de los productos pactados, según negociación.
- A = el proveedor proporcionó el 60% y el 80% de los productos pactados, según negociación.
- R = el proveedor proporcionó entre el 40% y el 60% de los productos pactados, según negociación.
- M = el proveedor proporcionó menos del 40% de los productos pactados, según negociación.

Coordinador
administrativo

SERVICIO AL CLIENTE: Hace referencia a la calidad del servicio prestado por el proveedor a los clientes.

- E = El proveedor recibe los requerimientos del cliente y los atiende al 100% solicitudes de SERTEL LTDA.
- B = El proveedor recibe los requerimientos del cliente y los atiende entre el 80% y el 100% de las solicitudes de SERTEL LTDA.
- A = El proveedor recibe los requerimientos del cliente y los atiende entre el 60% y el 80% solicitudes de SERTEL LTDA.
- R = El proveedor recibe los requerimientos del cliente y los atiende entre menos del 40% solicitudes de SERTEL LTDA.
- M = El proveedor no recibe los requerimientos de SERTEL LTDA. .

Coordinador
administrativo



GUÍA PARA LA SELECCIÓN Y EVALUACIÓN
DE PROVEEDORES

Versión: 1

Código: GC-G-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 5 de 5

<p>QUEJAS Y RECLAMOS: Número de quejas y/o reclamos de clientes o de SERTEL en el período.</p> <p>E = El proveedor no tuvo ninguna queja o reclamo por parte de SERTEL LTDA. durante el semestre.</p> <p>B = el proveedor recibió y solucionó 2 quejas o reclamos por parte de SERTEL LTDA, durante el semestre.</p> <p>A = el proveedor recibió y solucionó 3 quejas o reclamos por parte de SERTEL LTDA, durante el semestre.</p> <p>R = el proveedor recibió mas de 4 quejas o reclamos por parte de SERTEL LTDA., durante el semestre.</p> <p>M = el proveedor recibió y no solucionó mas de 2 quejas o reclamos, por parte de SERTEL LTDA.</p>	<p>Coordinador administrativo</p>
<p>6. CALCULO: Se multiplica el puntaje ponderado por la calificación asignada para cada criterio y se suma el total del proveedor</p>	<p>Coordinador administrativo</p>

6 CONTROL DE CAMBIOS

VERSION	ACTUALIZACION	DESCRIPCION



FORMATO DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Versión: 1

Código: GC-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE PROVEEDOR						FECHA
Tipo de proveedor:						
CRITERIOS	%	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	TOTAL
TOTAL GENERAL	100					



FORMATO DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Versión: 1


Código: GC-F-02

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE PROVEEDOR:						FECHA
Tipo de proveedor:						
CRITERIOS	%	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	TOTAL
TOTAL GENERAL	100					


PROCESO DE INFRAESTRUCTURA

	<p align="center">POLÍTICAS DE INFRAESTRUCTURA</p>	<p align="right">Versión: 1</p>
<p>Código: GI-L-01</p>	<p align="center">Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p align="right">Pág. 1 de 2</p>

A. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA: hace referencia a software (Internet, zebra, paginas Web) y hardware (computadores, servidor impresora, fax)

1. Se ejecutará un plan de mantenimiento preventivo para el hardware, según necesidad y se registra en el formato (GI-F-01)
2. Cada mantenimiento sea preventivo o correctivo se registrará en el formato (GI-F-02)
3. La agencia se asegurara que la que la pagina Web este actualizada según las necesidades y se encargara de esto la casa matriz en Bogota - Colombia.
4. Todo el personal debe tener Internet y las herramientas actualizadas.
5. Se realizara una copia de seguridad en la visita del mantenimiento preventivo.
6. El mantenimiento de los equipos esta a cargo del departamento de sistemas de la casa matriz Bogota – Colombia
7. En caso de problemas de línea telefónica se hará un contacto inmediato con la Empresa de teléfonos de la ciudad.
8. Se hará un diagnóstico del equipo, limpieza y pruebas técnicas del software y del servidor.
9. El responsable del equipo estará presente al momento del mantenimiento
10. Se actualizará el antivirus semanalmente.
11. Se prohíbe descargar archivos por Internet deferentes a los utilizados para el normal funcionamiento de la agencia.
12. Cada empleado se hará responsable de su computador y al momento de retirarse de las instalaciones verificara que este apagado y con el protector cubriéndolo.
13. Cuando se detecte una falla, se comunicará al departamento de sistemas.

<p>Elaborado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Revisado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Aprobado por: Nombre: Fecha:</p>
---	--	--

	<p style="text-align: center;">POLÍTICAS DE INFRAESTRUCTURA</p>	<p style="text-align: right;">Versión: 1</p>
<p>Código: GI-L-01</p>	<p style="text-align: center;">Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p style="text-align: right;">Pág. 2 de 2</p>

B. INFRAESTRUCTURA LOCATIVA: Hace referencia a instalaciones y bienes muebles que afectan la prestación de los servicios de la empresa.

1. El personal deberá estar pendiente del estado de las instalaciones al ingreso y la salida de la agencia
2. Se aplicará una lista de chequeo de los puntos críticos de las instalaciones. (ver GI-F-03)
3. La agencia deberá tener un extintor tipo ABC, con sus respectivas instrucciones de uso y manejo.
4. Se tendrá una zona de atención al cliente, la cual deberá permanecer limpia, despejada y sillas ergonómicas.

<p>Elaborado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Revisado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Aprobado por: Nombre: Fecha:</p>
---	--	--



LISTA DE CHEQUEO INSTALACIONES

Versión: 1

Código: GI-F-03

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

FECHA	NOMBRE DEL RESPONSABLE	CARGO	OFICINA

CRITERIO	Sí	NO	N/A
1. Existe extintor 2. Iluminación adecuada 3. Bombillas completas y limpias 4. Pisos limpios 5. Sillas y muebles ergonómicos 6. Paredes en buen estado (pintura y grietas) 7. Ventilación adecuada 8. Nivel de decibeles inferior a 70			

RECOMENDACIONES:

ACCION CORRECTIVA


SI_____

NO_____

SI: Registre el número de la acción correctiva asociada (Espacio diligenciado por el coordinador de calidad)

FIRMA DEL VERIFICADOR:

PROCESO DE GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE

	<p align="center">POLÍTICAS DE GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE</p>	<p align="right">Versión: 1</p>
<p>Código: SC-L-01</p>	<p align="center">Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p align="right">Página 1 de 1</p>

1. La encuesta del cliente interno se aplicará a toda la agencia y será dirigida por el coordinador de calidad

2. La encuesta de clientes externos se aplicará mínimo una vez al año y a una muestra de clientes, se deberá generar un informe para la dirección y posteriormente se mirará la necesidad de acciones correctivas o preventivas.

3. Todos los empleados de la agencia realizarán un servicio cordial, amable y respetuoso con sus clientes.

4. Cualquier cliente podrá diligenciar el formato de quejas y reclamos, dando solución lo más pronto posible y el coordinador deberá realizar un informe anual de esas quejas con sus respectivas acciones correctivas.

<p>Elaborado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Revisado por: Nombre: Fecha:</p>	<p>Aprobado por: Nombre: Fecha:</p>
---	--	--



FORMATO DE QUEJAS Y RECLAMOS

Versión: 1

Código: SC-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

NOMBRE

DIRECCION

TELEFONO

E MAIL

DESCRIPCION DEL RECLAMO Y/O QUEJA


- Demora en el servicio
- Mala atención al cliente
- No cumplimiento de los servicios ofrecidos
- Calidad en el servicio

- Otra ¿Cuál? _____

ATENDIDO POR:

FECHA DE SOLUCION:

SOLUCION DADA

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p align="center">FORMATO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES INTERNOS</p>	<p align="right">Versión: 1</p>
<p>Código: SC-F-02</p>	<p align="center">Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p align="right">Página 1 de 1</p>

SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO


La siguiente encuesta tiene como finalidad medir la satisfacción de los empleados de la agencia SERTEL LTDA.

1. ¿Se siente satisfecho en la organización?	Si___ NO__
2. ¿La empresa promueve la participación del personal en actividades de mejoramiento?	Si___ NO__
3. ¿Considera que su salario es justo con relación a sus labores realizadas?	Si___ NO__
4. ¿Puede tomar decisiones en su cargo?	Si___ NO__
5. ¿El ambiente laboral es bueno?	Si___ NO__
6. ¿Cree que los servicios prestados son buenos?	Si___ NO__

COMENTARIOS O SUGERENCIAS:

¡GRACIAS POR SU PARTICIPACION!

<p>Espacio diligenciado por coordinador de calidad Para calcular el puntaje promedio divida el número de respuestas sí, entre el número total de preguntas.</p>	<p>Total de respuestas Sí: Puntaje promedio:</p>
---	--

 <p>Sertel MAYORISTAS DE TURISMO</p>	<p align="center">FORMATO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES EXTERNOS</p>	<p align="right">Versión: 1</p>
<p>Código: SC-F-03</p>	<p align="center">Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005</p>	<p align="right">Pág. 1 de 1</p>

Esta encuesta tiene como finalidad medir la opinión que tienen las de las agencias de viajes en cuanto a la satisfacción del servicio que las ha prestado SERTEL LTDA. Frente a cada afirmación del siguiente cuadro, por favor diligencie si está totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), de acuerdo (3), o totalmente de acuerdo (5).

Criterios	En desacuerdo		3	De acuerdo	
	1	2		4	5
1. Usted como cliente ha sentido que SERTEL ha prestado un buen servicio.					
2. SERTEL Ltda. Concluye el servicio en el tiempo prometido.					
3. SERTEL Ltda. Concluye el servicio bajo las condiciones pactadas.					
4. Sus empleados comunican a los clientes cuándo será la entrega del servicio.					
5. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los clientes.					
6. Los empleados tienen una apariencia pulcra					
7. Sus empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.					
8. Está dispuesto a contratar nuevamente el servicio de SERTEL en próximas oportunidades.					
Espacio diligenciado en SERTEL LTDA. Promedio					


9. De las siguientes, cual considera de mayor importancia para atenderle mejor en futuras reservas: (coloque el orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante).

- a) Conocimiento de los productos _____
- b) Darle manejo ágil a las solicitudes _____
- c) Prestar un servicio amable a las agencias _____
- d) Confirmar a tiempo las reservas _____

Comentarios adicionales. _____

¡Gracias por su colaboración, sus respuestas son muy importantes para nosotros!

PROCESO DE VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS

 Sertel MAYORISTAS DE TURISMO	POLÍTICAS DE VENTAS	Versión: 1
Código: VT-L-01	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág. 1 de 1

1. La solicitud y confirmación de las reservas sólo las hará las ejecutivas de ventas.
2. Los pagos deberán ir autorizados por el director de la agencia.
3. Los depósitos tendrán un límite para su cancelación de 2 días a partir de la fecha de confirmación del hotel y de la aerolínea, informándose al tiempo al cliente de la reserva.
4. Las ejecutivas diligenciarán el voucher con todas las condiciones del viaje y los tiquetes aéreos.
5. En caso de cancelación de la reserva por parte del cliente, se mirará si se le cobra o no, sanción.
6. En caso de no cumplimiento por parte de la agencia, se le hará un reintegro a los clientes según el servicio no prestado.



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 1 de 2

N.45-94 OF. 308		BUCARAMANGA: CRA 29 TELEFAX. 6573500		CIUDAD DE EXPEDICION
		FECHA	COD.RESERVA	
HOTEL	DIRECCION			AGENCIA VENDEDORA
CIUDAD	PAIS			OBSERVACIONES
APELLIDOS		NOMBRES		
N. PERSONAS	ADULTOS	NIÑOS		
LLEGADA	SALIDA	PLAN DE ALIMENTACION		
				FIRMA Y SELLO



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 2 de 2

ACOMODACION	DIAS	NOCHES	

BOGOTA: CALLE 82 N.18-24 PISO 4
CONMUTADOR 5302230 – FAX 5302229

PEREIRA: CARRERA 7 A.N. 17-60 OF. 301
TEL. 335733-330539 FAX. 355136

BUCARAMANGA: CRA 29 N.45-94 OF. 308
TELEFAX. 6573500

COMPANY:

TO:

CITY:

FROM:

CITY:

COUNTRY:

REF:



RECONFIRMACIÓN DE RESERVA

Versión: 1

Código: VT-F-03

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

SOLICITUD DE RESERVA

HOTEL:

FECHA DEL VIAJE:

PLAN:

PASAJEROS:

TIQUETES:

SOLICITADO POR:

MAYORISTA:



RECONFIRMACIÓN DE RESERVA

Versión: 1

Código: VT-F-03

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Página 1 de 1

RECONFIRMACION DE LA RESERVA

RESERVA N.	PLAN:
HOTEL:	FECHA DEL VIAJE:
ITINERARIOS	
N. VOUCHER	EXPEDIDO POR:
PASAJEROS	TIQUETES
	ASESOR

Anexo 3
TABLEROS DE
INDICADORES DE
GESTIÓN
SERTEL
2005



TABLERO DE INDICADORES DE GESTIÓN

Versión: 1

Código: PC-F-14

**Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005**

Pág. 1 de 5

PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA CALCULO	UNIDADES	FRECUENCIA MEDIDA	RESPONSABLE MEDIDA	META	FUENTE DE INFORMACION
PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD	EFICACIA DEL S.G.C.	(No. DE OBJETIVOS DE CALIDAD CUMPLIDOS/ NO. TOTAL DE OBJETIVOS)*100	%	ANUAL	COORDINADOR DE CALIDAD	>=80%	INFORME DE GESTIÓN DE PROCESOS INFORME DE REVISIÓN DEL S.G.C.
	CUMPLIMIENTO EN LAS ACCIONES DE MEJORA	(N. de acciones de mejora implementadas / N. de acciones propuestas)*100	%	SEMESTRAL	COORDINADOR DE CALIDAD	>=60%	INFORME DE REVISIÓN DEL S.G.C.
	ACCION CORRECTIVA Y PREVENTIVA	(ACCION CORRECTIVA Y PREVENTIVA CERRADAS / N. ACCIONES IDENTIFICADAS) *100	%	SEMESTRAL	COORDINADOR DE CALIDAD	90%	SEGUIMIENTO DE ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS
	AUDITORÍAS INTERNAS	ACCIONES REALIZADAS SEGÚN AUDITORÍA /ACCIONES PLANTEADAS	%	SEMESTRAL	COORDINADOR DE CALIDAD	90%	PLAN DE AUDITORÍA



TABLERO DE INDICADORES DE GESTIÓN

Versión: 1

Código: PC-F-14

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 2 de 5

PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA CALCULO	UNIDADES	FRECUENCIA A MEDIDA	RESPONSABLE MEDIDA	META	FUENTE DE INFORMACION
	PRODUCTO NO CONFORME	NÚMERO DE PRODUCTOS NO CONFORMES	N.	SEMESTRAL	COORDINADOR DE CALIDAD	< 6	REGISTRO DE PRODUCTOS NO CONFORMES
	DOCUMENTOS	N. DE DOCUMENTOS APROBADOS / N DOCUMENTOS ELABORADOS *100	%	SEMESTRAL	COORDINADOR DE CALIDAD	100 %	LISTA DOCUMENTOS
GESTIÓN DE SERVICIO	QUEJAS Y RECLAMOS	NÚMERO DE QUEJAS Y RECLAMOS	N.	SEMESTRAL	COORDINADOR DE CALIDAD	< 5	FORMATO DE QUEJAS Y RECLAMOS



TABLERO DE INDICADORES DE GESTIÓN

Versión: 1

Código: PC-F-14

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 3 de 5

PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA CALCULO	UNIDADES	FRECUENCIA A MEDIDA	RESPONSABLE MEDIDA	META	FUENTE DE INFORMACION
	SATISFACCION CLIENTE EXTERNO	(Suma de los Puntajes promedio por encuesta / Número total de encuestas diligenciadas)	Puntos	SEGÚN POLITICAS	Coordinador de calidad	MAYOR A 3	ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE EXTERNO Se debe calcular el promedio de los puntajes obtenidos por cada cliente de la siguiente forma (Sumatoria de los puntajes individuales/ Número de preguntas)



TABLERO DE INDICADORES DE GESTIÓN

Versión: 1

Código: PC-F-14

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 4 de 5

PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA CALCULO	UNIDADES	FRECUENCIA MEDIDA	RESPONSABLE MEDIDA	META	FUENTE DE INFORMACION
	SATISFACCION CLIENTE INTERNO	(Suma de los Puntajes promedio por encuesta / Número total de encuestas diligenciadas)*100	%	SEMESTRAL	Coordinador de calidad	MAYOR O IGUAL A 60%	ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE INTERNO Se debe calcular el promedio de los puntajes obtenidos por cada empleado de la siguiente forma (Número de respuestas sí / Número total de preguntas.)
GESTIÓN HUMANA	CUMPLIMIENTO CAPACITACIONES	CAPACITACIONES EJECUTADAS / PLANEADAS * 100	%	ANUAL	DIRECTOR DE LA AGENCIA	90%	PLAN CAPACITACION ASISTENCIA
	EVALUACION EMPLEADA	PROMEDIO DE LA EVALUACION	%	SEMESTRAL	DIRECTOR DE LA AGENCIA	MAYOR A 50%	EVALUACION DESEMPEÑO



TABLERO DE INDICADORES DE GESTIÓN

Versión: 1

Código: PC-F-14

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 5 de 5

PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA CALCULO	UNIDADES	FRECUENCIA A MEDIDA	RESPONSABLE MEDIDA	META	FUENTE DE INFORMACION
GESTIÓN DE COMPRA	EVALUACION PROVEEDORES	PROMEDIO PROVEEDORES EVALUACION	%	SEMESTRAL	COORDINADOR ADMINISTRATIVO	MAYOR A 70%	EVALUACION DEL PROVEEDOR
GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA	CUMPLIMIENTO DE CRONOGRAMA MANTENIMIENTO PREVENTIVO	MANTENIMIENTO EJECUTADOS / PLANEADOS * 100	%	SEMESTRAL	COORDINADOR ADMINISTRATIVO	70 %	EVALUACION DE PROVEEDOR
VENTA DE PASAJES TURÍSTICOS	CONFIRMACION RESERVA	PROMEDIO DE RESPUESTAS A SOLICITUDES DE CLIENTES A RESERVAS	DIAS	MENSUAL	EJECUTIVAS DE VENTAS	Nacional = 2 días internacional = 2 días	SOLICITUD DEL CLIENTE VÍA FAX Y SE DA RESPUESTA POR EL MISMO MEDIO
	VENTAS	VENTAS REALES SOBRE SOLICITUDES DE CLIENTES	%	MENSUAL	EJECUTIVAS DE VENTAS	80 %	SOLICITUDES DE CLIENTES VOUCHER

Anexo 4
LISTA MAESTRA DE
DOCUMENTOS
SERTEL
2005



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 1 de 8

PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Procedimiento de control de documentos	PC-P-01	1			
Procedimiento de control de registros	PC-P-02	1			
Procedimiento de acciones correctivas	PC-P-03	1			
Procedimiento de acciones preventivas	PC-P-04	1			
Procedimiento de auditorías internas	PC-P-05	1			
Procedimiento de control de producto no conforme	PC-P-06	1			



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 2 de 8

PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Guía para la elaboración de documentos	PC-G-01	1			
Formato lista de documentos		1			
Formato de solicitud de cambios y modificaciones	PC-G-01	1			
Formato entrega de documentos	PC-F-03	1			
Formato documentos externos	PC-F-04	1			
Formato documentos obsoletos	PC-F-05	1			
Lista de registros	PC-F-06	1			
Formato de reporte de acciones correctivas	PC-F-07	1			



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 3 de 8

PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Seguimiento de acciones correctivas y/o preventivas	PC-F-08	1			
Formato plan de auditoría	PC-F-09	1			
Formato lista de verificación	PC-F-10	1			
Formato informe de auditoría	PC-F-11	1			
Formato de control de producto no conforme	PC-F-12	1			
Formato de minutas	PC-F-13	1			
Formato de reporte de acciones correctivas	PC-F-14	1			



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005

Pág. 4 de 8

PROCESO DE GESTIÓN HUMANA

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Procedimiento de capacitaciones	GH-P-01	1			
Políticas de gestión humana	GH-L-01	1			
Formato de requisición y selección de personal	GH-F-01	1			
Formato de inducción	GH-F-02	1			
Formato de evaluación del desempeño	GH-F-03	1			
Formato de necesidades de capacitación	GH-F-04	1			
Formato plan de capacitación	GH-F-05	1			



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005


Pág. 5 de 8

PROCESO DE GESTIÓN HUMANA

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Formato asistencia a capacitación	GH-F-06	1			
Formato evaluación de capacitación	GH-F-07	1			
Formato descripción del cargo	GH-F-08	1			

PROCESO DE COMPRAS

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Políticas de compras	GC-L-01	1			
Guía para la selección y evaluación de proveedores	GC-G-01	1			
Formato de selección de	GC-F-01	1			

	VOUCHER NACIONAL	Versión: 1
Código: VT-F-01	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Pág. 6 de 8

PROCESO DE GESTIÓN HUMANA					
DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
proveedores					
Formato de evaluación de proveedores	GC-F-02	1			

PROCESO DE INFRAESTRUCTURA					
DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Políticas de infraestructura	GI-L-01	1			
Formato plan de mantenimiento	GI-F-01	1			
Formato registro de mantenimiento	GI-F-02	1			



VOUCHER NACIONAL

Versión: 1

Código: VT-F-01

Fecha de elaboración
2 de Agosto de 2005


Pág. 7 de 8

PROCESO DE INFRAESTRUCTURA

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Lista de chequeo instalaciones	GI-F-03	1			

PROCESO DE GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE

DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Políticas de servicio al cliente	SC-L-01	1			
Formato de quejas y reclamos	SC-F-01	1			
Formato de encuesta de satisfacción de clientes internos	SC-F-02	1			
Formato de encuesta de satisfacción de clientes externos	SC-F-03	1			

	VOUCHER NACIONAL	Versión: 1
Código: VT-F-01	Fecha de elaboración 2 de Agosto de 2005	Página 8 de 8

PROCESO DE VENTA DE PAQUETES TURÍSTICOS					
DOCUMENTO	CODIGO	VERSION	FECHA ULTIMA APROBACION	N. COPIAS DISTRIBUIDAS	RESPONSABLE DE COPIAS
Políticas de ventas	VT-L-01	1			
Formato voucher nacional	VT-F-01	1			
Formato confirmación reserva	VT-F-02	1			
Formato reconfirmación de reserva	VT-F-03	1			