



NTG 228 003

**Turismo – Agencias de Viajes – Requisitos
para la prestación del servicio.**



“Este documento fue producido en el marco del proyecto Apoyo para el desarrollo del turismo sostenible a través de la normalización y la reactivación de la actividad turística durante y post la pandemia del COVID-19, implementado por el Fondo de Reformas Estructurales de la Cooperación Alemana (GIZ), en coordinación con el Ministerio de Economía de Guatemala y el Instituto Guatemalteco de Turismo”.

Créditos fotográficos: “imágenes: Freepik.com”; Vecteezy.com”.

NORMA TÉCNICA GUATEMALTECA

NTG 228 003

**Turismo – Agencias de Viajes. Requisitos para la
prestación del servicio.**

Adoptada Consejo Nacional de Normalización: 2022-10-07



Referencia:

ICS: 03.200



DOCUMENTO PROTEGIDO POR COPYRIGHT

Reservados los derechos de reproducción. Salvo prescripción diferente, no podrá reproducirse ni utilizarse ninguna parte de esta publicación bajo ninguna forma y por ningún medio, electrónico o mecánico, incluidos el fotocopiado y la microfilmación, sin la autorización de la Comisión Guatemalteca de Normas -COGUANOR- en la siguiente dirección.

Comisión Guatemalteca de Normas -C O G U A N O R-
Edificio Centro Nacional de Metrología
Calzada Atanasio Tzul 27-32, Zona 12
Teléfonos: (502) 2247-2600
www.mineco.gob.gt
info-coguanor@mineco.gob.gt

Contenido

Prólogo COGUANOR	3
0. Introducción	5
1. Objeto y campo de aplicación	6
2. Referencias Normativas.....	6
3. Términos y definiciones	7
4. Requisitos de la organización	12
5. Requisitos de infraestructura	15
6. Requisitos de personal	15
7. Requisitos para la operación	16
8. Otros requisitos. Paquetes turísticos y servicios conexos	19
9. Requisitos para la prestación del servicio	22
10. Requisitos de atención al cliente	23
11. Requisitos de seguridad general y salud ocupacional	26
12. Requisitos de la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial	29
13. Correspondencia.....	30
Anexo A.....	31
Anexo B.....	33
Bibliografía.....	35

Prólogo COGUANOR

La Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR) es el Organismo Nacional de Normalización, creada por el Decreto No. 1523 del Congreso de la República del 05 de mayo de 1962. Sus funciones están definidas en el marco de la Ley del Sistema Nacional de la Calidad, Decreto No. 78-2005 del Congreso de la República.

COGUANOR es una entidad adscrita al Ministerio de Economía, su principal misión es la de proporcionar soporte técnico a los sectores público y privado por medio de la actividad de normalización.

El proceso de normalización se realiza a través de Comités Técnicos de Normalización (CTN), lo que garantiza la participación de todos los sectores interesados en el tema de calidad y sostenibilidad turística.

La elaboración de la presente **NTG 228 003 Turismo - Agencias de Viajes. Requisitos para la prestación del servicio**, estuvo a cargo del Comité Técnico de Normalización de CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA, integrado por las organizaciones a través de sus respectivos representantes y personas que se indican a continuación:

Nombre del representante	Organización a la que representa
Claudia Ponciano	Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)
Blanca España	Auditor Sello Q. Unidad de Calidad y Sostenibilidad Turística. Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)
Javier Rosales	Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)
Blanca Montes	Comisión Guatemalteca de Normas (COGUANOR)
María Denisse Cordón	Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP)
Giomara Martínez	Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN)
Migdalia Vásquez	Buró de Convenciones
Oscar Campollo	ONCA Turismo Aventura
Luis Pardo	Coactemalan
Mónica Girón de Ufer	Discover The World Marketing
Estela Rosales	Tessa Tours

Nombre del representante	Organización a la que representa
Samaria Méndez	Travel Store
Motty Rodas	Asociación Guatemalteca de Líneas Aéreas (AGLA)
Ericka Guillermo	Instituto Técnico de Capacitación (INTECAP)
María Casasola	Cámara de Turismo (CAMTUR)

0. Introducción

Los servicios turísticos clave e indispensables para el desarrollo turístico es el que prestan las agencias de viaje, encargadas de promover la oferta turística del país a lo interno del territorio y en el extranjero, así como promover la oferta turística de otros países a los potenciales clientes en el territorio en el que opera; manejando flujos constantes de turistas a nivel nacional e internacional.

Las principales funciones de toda Agencia de Viajes, independiente de su tipo, son el informar y asesorar sobre las características y atractivos de los destinos, los servicios que se ofrecen y los proveedores que brindan la mejor calidad en productos y servicios al mejor precio. Para ello debe contar con amplias fuentes de información y personal profesional preparado que favorezca una comunicación adecuada con el viajero, previo al viaje, en el destino y remotamente en todo momento que dure el mismo. Además, son las que apoyan en gestionar e intermediar en la reserva, distribución y ventas de servicios y productos turísticos, así como diseñar, organizar, comercializar y operar viajes y productos turísticos, combinando los diferentes servicios ofertándolos bajo un precio global¹.

Esta norma técnica homologa criterios y desarrolla actividades de forma competitiva, sostenible y pertinente que facilite no solo aumentar la cantidad de visitantes en destinos a nivel global, sino también para promover la conservación de la naturaleza, la valoración y promoción cultural, el fortalecimiento del tejido social y la mejora de la calidad de vida de las comunidades en los destinos donde se lleven a cabo las actividades turísticas.

Las agencias de viaje requieren satisfacer requisitos mínimos para la prestación del servicio, se sugiere emplear esta norma para asegurar la calidad y la sostenibilidad en el servicio de agencias de viajes en general, es decir, ya sea en Agencias de Viajes de Turismo Emisor o en Agencias de Viajes Mayoristas.

¹ Acerenza, 1997; Colectivo de autores 2000; Díaz, Linares y Jouve 2002.

1. Objeto y campo de aplicación

Esta Norma Técnica Guatemalteca (NTG) especifica los requisitos para que una organización que preste servicios de Agencias de Viajes dentro de las clasificaciones siguientes, implemente efectiva y eficazmente un sistema de gestión (SG):

1) Agencias de Viajes de Turismo Emisor y,

2) Agencias de Viajes Mayoristas,

Este SG debe cumplir ciertos requisitos mínimos para asegurar:

- a. calidad
- b. salud y seguridad
- c. cuidado del ambiente
- d. conservación y preservación del entorno turístico

La norma tiene como objetivo que dichos requisitos sean utilizados por todas las organizaciones y personas que presten servicios de promoción, venta y organización de giras, circuitos y excursiones pudiendo ser estas aéreas, marítimas y terrestres a desarrollarse fuera del territorio nacional y sus servicios sean vendidos en el extranjero.

Se entenderá como Agencias de Viaje de Turismo Emisor como aquellas que se encargan como intermediarias, de organizar, promocionar y vender giras, servicios de transportación, circuitos y excursiones aéreas, marítimas y terrestres, a realizarse en el extranjero cuyos servicios son promovidos en el territorio nacional; y las Agencias de Viaje Mayoristas, como aquellas empresas intermediarias con una o varias representaciones turísticas extranjeras y realizan sus ventas únicamente por intermedio de las agencias emisoras y/o receptoras y no directamente a los turistas per sé.

2. Referencias Normativas

Los documentos de referencia que se listan a continuación son indispensables para la aplicación de esta Norma. Para las referencias con fecha, sólo aplica la edición citada.

Para las referencias sin fecha, aplica la última edición del documento (incluyendo cualquier modificación).

NTG 66013: 2019. Distintivo de Calidad Turística, Sello Q. Requisitos Generales.

NTG 66013: 2019. Distintivo de calidad Turística, Sello Q — Parte 4: Empresas de transporte turístico terrestre. Requisitos.

NTG ISO 9000:2015, Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario.

NTG ISO 9001:2015, Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos.

NTG ISO 26000:2010, Guía de responsabilidad social.

NTG ISO 14001:2015, Sistemas de gestión ambiental.

NTG ISO 45001:2018, Sistemas de gestión en seguridad y salud ocupacional.

NTG ISO 31000- Sistemas de gestión de riesgos -Directrices.

NTG 66006: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en Guatemala - Requisitos para la Gestión.

3. Términos y definiciones

Para el propósito de esta norma, se utilizan los siguientes términos y definiciones.

3.1.

acto de discriminación

acción que impida, obstruya o restrinja el pleno ejercicio de los derechos de la persona por razón de su raza, etnia, nacionalidad, sexo u orientación sexual, discapacidad y demás razones de discriminación.

3.2.

agencia de viaje

empresa individual o jurídica, nacional o extranjera, que se dedica profesionalmente al ejercicio de actividades dirigidas a servir de intermediarios entre las personas que lo soliciten y los prestatarios de los servicios utilizados por las mismas, poniendo los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen utilizarlos.

3.3.

agencia de viaje de turismo emisor

empresa individual o jurídica que se encarga como intermediaria, de organizar, promocionar y vender giras, transportación, circuitos y excursiones aéreas, marítimas y terrestres, a realizarse en el extranjero.

3.4.

agencia de viajes mayoristas

empresa individual o jurídica que se encarga de intermediar con una o varias representaciones turísticas extranjeras y realizan sus ventas únicamente por intermedio de las agencias emisoras y/o receptoras.

3.5.**áreas protegidas**

tienen por objeto la conservación, el manejo racional y la restauración de flora y fauna silvestre, servicios conexos y sus interacciones naturales y culturales, con alta significación por su función, o sus valores genéticos, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, incluidas sus respectivas zonas de amortiguamiento.

3.6.**aspectos**

elementos derivados o asociados a las actividades, productos o servicios de la agencia de viajes que interactúan con el entorno. Pueden ser ambientales, socioculturales o económicos.

3.7.**autoridad**

poder con que se cuenta o que se ha recibido por delegación.

3.8.**bienes culturales**

aquellos que preservan en su cuerpo la historia de un pueblo, transmitiendo su identidad cultural a la posteridad, podrán ser de propiedad pública o privada.

3.9.**capacitación**

parte de la formación y busca mejorar las habilidades, destrezas y saberes de las personas.

3.10.**circuito turístico**

viaje o recorrido turístico que se conforma en varios sitios, regiones o zonas, perfectamente comunicados entre sí que cuentan con atractivos turísticos afines o del mismo tipo. Se caracteriza por tener itinerarios previamente establecidos, así como paradas en determinados sitios para comidas, alojamientos, diversiones, recreación y visitas a lugares o monumentos. El punto de llegada (origen) es igual al punto de salida (partida).

3.11.**cliente**

persona natural o jurídica que solicita y recibe un servicio a cambio de una transacción comercial monetaria.

3.12.**códigos de comunicación**

conjunto de comandos o instrucciones verbales y no verbales, relacionados con los viajes, que realizan los guías para unificar la transmisión de un mensaje.

3.13.**comunidad**

grupo de personas que conviven en un espacio geográfico determinado y comparten intereses, creencias, sentimientos, valores, actitudes y expectativas. Poseen un determinado grado de organización, pueden llegar a compartir un gobierno, y se diferencian de los demás por una herencia histórica y cultural que comparten.

3.14.**criterios de desempeño**

requisitos de calidad que permiten establecer si el trabajador alcanza o no el resultado descrito en la norma.

3.15.**cuantificable**

que se puede expresar numéricamente.

3.16.**cultura**

conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.

3.17.**desarrollo sostenible del turismo**

equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales en el desarrollo del turismo para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

3.18.**destino turístico**

unidad territorial con vocación turística delimitada espacialmente en la que se cuenta con capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de gestión, enfocados a lograr su sostenibilidad.

3.19.**diversidad biológica**

representa a todos los organismos vivos que habitan en los ecosistemas de una zona, región o país.

3.20.**documentación**

conjunto de soportes entre los que pueden estar manuales, guías de referencia, libros de ayuda, entre otros, que soportan procedimientos y registran evidencias.

3.21.**equipo de protección personal**

artefactos y accesorios diseñados para brindar protección a una persona de las posibles lesiones o enfermedades que se originan por contacto con peligros físicos, sustancias químicas y condiciones biológicas, así como de cualquier otro riesgo que pueda amenazar su salud o seguridad.

3.22.**equipo especializado**

conjunto de útiles, implementos, vestimenta, calzado e instrumentos técnicos necesarios para el desarrollo, en forma segura, de los viajes.

3.23.**gestión**

dirección de las acciones que contribuyen a tomar decisiones orientadas a alcanzar los objetivos trazados y medir los resultados obtenidos para finalmente orientar la acción hacia la mejora continua.

3.24.**gira turística**

viaje por distintos lugares con regreso al punto de partida. También se le conoce como "tour".

3.25.**impacto ambiental**

consecuencias, alteraciones, modificaciones o cambios en el entorno natural o medioambiente, producidos por los efectos de la acción o actividad humana.

3.26.**impacto cultural**

cualquier cambio sea total o parcial, adverso o benéfico, derivado o asociado a la actividad turística que incida en las prácticas culturales y el patrimonio, como resultado de la interacción de las actividades, productos y servicios turísticos con el entorno.

3.27.**impacto económico**

cualquier cambio sea total o parcial, adverso o benéfico, derivado o asociado a la actividad turística, que incida en la dinámica económica.

3.28.**impacto social**

cualquier cambio sea total o parcial, adverso o benéfico, derivado o asociado a la actividad turística que incida sobre la comunidad o alteración de los esquemas previos de relaciones sociales, orden social, convivencia, calidad de vida, pobreza, inclusión social, acceso a servicios de salud y capacitación.

3.29.**incidente**

suceso no deseado que interrumpe el desarrollo normal de una actividad o proceso.

3.30.**organización**

toda persona individual o jurídica que está registrada en el ámbito nacional para prestar servicios de agencia de viajes.

3.31.**patrimonio cultural**

los bienes e instituciones que por ministerio de ley o por declaratoria de autoridad lo integren y constituyan bienes muebles o inmuebles, públicos y privados, relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología, y la cultura en general, incluido el patrimonio intangible, que coadyuven al fortalecimiento de la identidad nacional.

3.32.**peligro**

situación, sitio o acto con potencial de dañar a las personas y sus objetos personales durante la realización de una actividad turística.

3.33.**procedimiento**

forma específica de llevar a cabo una actividad o proceso.

3.34.**producto turístico**

es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructura y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos.

3.35.**programa**

conjunto de actividades y acciones ordenadas para llevar a cabo el cumplimiento de un plan o una actividad.

3.36.**protocolo**

instrucciones, lineamientos, reglas o normas desarrolladas para describir procesos, acciones y/o formas de conducta ante determinada situación o prestación de servicio.

3.37.**riesgo**

situación de incertidumbre y posible amenaza en menor o mayor grado que suceda un incidente y/o accidente que cause daño físico, material o mental a las personas, equipos y pertenencias.

3.38.**seguridad**

condición que se persigue para desarrollar y cumplir actividades manejando los posibles riesgos y peligros de la actividad turística.

3.39.**sostenibilidad**

es la capacidad de satisfacer las necesidades de la generación actual sin comprometer la de las generaciones futuras.

4. Requisitos de la organización**4.1. Generalidades**

La organización que presta servicios para desarrollar, coordinar, promocionar y comercializar giras, circuitos y excursiones, pudiendo ser estas aéreas, marítimas y terrestres a desarrollarse fuera del territorio nacional que son comercializados en el extranjero debe establecer y mantener un sistema de gestión (SG) capaz de lograr el cumplimiento coherente de los requisitos legales y reglamentarios que le apliquen, así como con los propósitos de la calidad, la identificación de riesgos, la salud y la seguridad, la gestión ambiental, así como, la responsabilidad social y ambiental.

El desarrollo de la gestión administrativa de cada agencia de viajes debe ser mediante el diseño y aplicación de un proceso que incluya: planificación, organización, dirección y control.

La organización debe:

1. identificar los requisitos reglamentarios y legales a nivel nacional e internacional, así como técnicos aplicables al tipo de agencia de viajes, así como al tipo de servicio e infraestructura que requiere utilizar para prestar los servicios, asegurando su cumplimiento;
2. establecer los lineamientos para la implementación de un sistema de gestión que integre la calidad, la seguridad, el cuidado del ambiente, así como al tejido social de los destinos donde opere;
3. ejecutar y demostrar el liderazgo, así como, el compromiso con respecto al modelo de gestión integral (calidad, seguridad, responsabilidad social ambiental) que ha definido y decidido seguir;
4. asumir el compromiso de cumplimiento del sistema, a través de la definición de la política de gestión, los objetivos estratégicos del sistema de gestión y los planes de acción. La misión, visión, la propuesta de valor, así como los principios y valores rectores deben coincidir e incluir los compromisos frente a la calidad, la seguridad,

C o n t i n u a

- la sostenibilidad y/o responsabilidad social ambiental;
5. identificar las partes interesadas teniendo en cuenta sus necesidades y expectativas, y realizar el seguimiento y revisión de éstas, con el fin de plantear y replantear sus estrategias y objetivos cuando sea aplicable;
 6. identificar los riesgos a los que está expuesta la actividad comercial, el personal, la infraestructura y los clientes y por lo tanto diseñar e implementar un plan de seguridad para todas las partes, incluyendo un plan de salud ocupacional para sus trabajadores;
 7. documentar el sistema de gestión y revisarlo periódicamente para verificar su eficacia;
 8. definir, elaborar y comunicar a lo interno y externo de la organización las políticas.

Las principales políticas deberían incluir las siguientes:

- a. de comunicación con el cliente (cotizaciones, descuentos, devoluciones, servicios, etc.),
- b. de reservas, pagos y cancelación de servicios,
- c. de garantía y respaldo en los servicios,
- d. de promoción, con base a las prácticas y principios comerciales,
- e. de reclutamiento, selección, contratación, inducción, vacaciones y prestaciones; desarrollo del personal y su talento; evaluación de desempeño y despidos del personal,
- f. de calidad en el servicio completo y atención al cliente,
- g. de seguridad y salud en el trabajo y para los clientes,
- h. de gestión ambiental,
- i. de responsabilidad social,
- j. proveedores (criterios de selección, evaluaciones permanentes, inspecciones periódicas, negociaciones de comisiones o descuentos, etc.) y
- k. otras políticas financieras y administrativas pertinentes.

4.2. Manual de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente.

La organización debe determinar los procesos y proporcionar los recursos idóneos y necesarios para la implementación, la administración y el mantenimiento del sistema de gestión, que evidencien principalmente, la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente y las partes interesadas, así como el desempeño de la organización.

Debe establecer y mantener un manual de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente que exprese:

- a. la estructura organizacional y procesos que seguirá, mantendrá, monitoreará y evaluará periódicamente,
- b. la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente,
- c. la gestión del recurso y talento humano,
- d. la gestión de la infraestructura,
- e. la gestión de la información y comunicación interna y externa,
- f. la gestión de riesgos,
- g. la gestión de la seguridad y salud de clientes y trabajadores,
- h. la gestión ambiental,
- i. la gestión de la responsabilidad social,

Debe también, determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los productos y servicios.

Nota - La infraestructura puede incluir:

- edificios y servicios asociados,
- equipos, incluyendo equipo de cómputo y los programas de operación,
- recursos de transporte,
- tecnologías de la información y la comunicación.

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SG.

Debe considerar, por lo tanto:

- a. las capacidades y limitaciones de los recursos internos existentes,

- b. lo que se necesita obtener de los proveedores externos,
- c. sus políticas de negociación, y
- d. los servicios y/o productos que prestan.

5. Requisitos de infraestructura

La empresa debe poseer la infraestructura necesaria con base a su giro de negocios. Los elementos de infraestructura que, en el marco de esta norma para cualquiera de las clasificaciones de la organización, se enfocan en el comercio electrónico ya sea que la organización cuente o no con oficina física, distribuidos en los siguientes aspectos:

- a. equipamiento (computadoras convencionales o portátiles, celulares inteligentes, tabletas electrónicas, servidores);
- b. conexión a internet (incluye intranet y extranet);
- c. soporte tecnológico (servidor web, plataforma móvil y para la gestión interna de la empresa);
- d. software especializado y plataformas de comercialización (sistemas de venta y reserva en línea, sitio de Internet, aplicaciones móviles, redes sociales, plataformas impulsadas por inteligencia artificial y/o prestadores de servicios por conexión a Internet, tanto en formato empresa a consumidor como empresa a empresa);
- e. seguridad (para la información y para los dispositivos de la organización y de los clientes).

6. Requisitos de personal

La organización debe asegurar que sus recursos humanos:

- a. son apropiados en número y para el tipo específico de actividades y clientes a atender;
- b. se mantienen capacitados y formados en los servicios que prestan;
- c. gozan de aptitudes para trabajar adecuadamente en la atención al cliente.

6.1. Estructura organizacional

La estructura organizacional de las agencias de viajes puede variar según el tamaño de su operación.

Debe contar con un organigrama con la definición de las jerarquías, manuales de puestos y funciones, así como códigos de conducta, programas de desarrollo del personal, entre otros, que faciliten la gestión del recurso y talento humano.

7. Requisitos para la operación

Para el desarrollo de los servicios que prestan las agencias de viajes, como parte de la credibilidad y seguridad que ofrecen a los clientes, cada organización debe contar como mínimo, con lo siguiente:

7.1. Procedimientos elaborados e implementados

La organización debe tener procedimientos definidos para:

- a. reserva, venta y cancelaciones,
- b. gestión de reclamos y quejas,
- c. cotizaciones, descuentos y paquetes,
- d. manejo de grupos,
- e. monitoreo continuo del tour,
- f. traslado de los clientes,
- g. recepción, atención y despedida de los clientes,
- h. monitoreo y evaluación de las actividades,
- i. respuesta a emergencias,
- j. reclutamiento, selección, contratación, despido, formación, evaluación y desarrollo de su personal,
- k. selección y contratación de servicios conexos a proveedores externos,
- l. mantenimiento preventivo y correctivo de equipos y materiales,
- m. mantenimiento de vehículos, si los hubiere,
- n. información y comunicación con clientes, proveedores y el personal,
- o. asegurar que el personal y los proveedores externos de servicios dominen (escritura, lectura y habla) los idiomas de los clientes y los destinos y conocimientos indispensables,
- p. relación y colaboración con autoridades,
- q. promoción y mercadeo,
- r. gestión administrativo-financiera.

7.2. Políticas y/o programas

La organización debe establecer, como mínimo, las siguientes políticas y/o programas:

- a. gestión administrativo-financiera,
- b. gestión de pagos y devoluciones,
- c. gestión de atención al cliente,
- d. gestión de la calidad,²
- e. gestión operativa del producto y/o servicio a prestar,
- f. gestión sostenible y de la responsabilidad social empresarial: ámbitos económico, sociocultural y ambiental,
- g. código de ética y código de conducta,
- h. gestión de la seguridad integral: mantenimiento preventivo y correctivo de equipos, materiales y vehículos, seguridad de los clientes y de la prestación del servicio, salud y seguridad ocupacional, manejo de datos, cumplimiento de leyes, reglamentos y normas.

7.3. Protocolos

La organización debe establecer, como mínimo, los siguientes protocolos:

- a. manejo de reclamos y cancelaciones,
- b. salud y seguridad ocupacional,
- c. revisión e inspección de equipos y materiales,
- d. limpieza y almacenamiento de equipos y materiales,
- e. seguridad y atención de emergencias,
- f. gestión de residuos,
- g. bioseguridad,
- h. cumplimiento de reglamentos individuales que existan para cada actividad que ofrezca en su portafolio comercial.

7.4. Documentación

La organización, para asegurar sus operaciones, debe contar con la siguiente documentación:

- a. organigrama básico de funcionamiento de la agencia de viajes según su tipo y servicios,

² Incluyendo la obtención de certificaciones y acreditaciones de reconocimiento internacional.

- b. descripción de cargos, cuando el personal sea mayor o igual a 4 personas,
- c. manual de inducción o bienvenida al puesto que contenga los derechos y obligaciones del trabajador en su puesto de trabajo,
- d. sistemas de comunicación, tanto con clientes, público en general como con sus trabajadores,
- e. código de conducta y procedimientos, generales y por áreas,
- f. pólizas de seguros, en caso aplique al tipo de empresa o servicio,
- g. descripción de procesos operativos y administrativos,

7.5. Seguros

La organización debe estar cubierta por seguros idóneos según lo necesiten sus operaciones debido al tipo de empresa o servicio. En el caso de subcontratación de servicios estos también deben cumplir con seguros contratados para la operación y los clientes.

Adicionalmente, deben ofrecer a los clientes seguros individuales que cubran las eventualidades desde el inicio de la prestación del servicio hasta su finalización.

Si los clientes ya cuentan con su propio seguro y este cubre riesgos por accidentes en las actividades y servicios contratados, deberían informarlo y acreditarlo cuando el tipo de viaje o excursión lo requiere, según la legislación del destino y la política de la organización.

7.6. Equipos

Las Agencias de Viajes de Turismo Emisor y las Agencias de Viajes Mayoristas deben asegurarse que sus proveedores en el extranjero cuenten con el equipo idóneo y presten un servicio de calidad y seguro a sus clientes.

La organización, cualquiera que sea el tipo, debe asegurarse de la idoneidad de las unidades de transporte en calidad y número, así como el equipamiento requerido para la comodidad y seguridad del cliente a través de proveedores en el extranjero.

La organización debe contar con las especificaciones del equipo que prestan los proveedores y/o equipo que se renta y que dará el servicio al cliente, asegurando la calidad, así como, la seguridad de éstos.

8. Otros requisitos. Paquetes turísticos y servicios conexos

8.1. Requisitos generales para el diseño del paquete turístico

La organización debe definir los procesos de planificación, diseño y control de calidad del diseño de los paquetes turísticos y mantener los registros correspondientes.

8.2. Planificación del diseño del paquete turístico

En la planificación del diseño del paquete turístico la organización debe determinar:

- a. el producto turístico acorde con el mercado objetivo definido por la organización,
- b. las tendencias del sector turístico nacional e internacional,
- c. las necesidades de los clientes actuales y potenciales,
- d. los criterios para seleccionar y contratar a los proveedores externos para complementar el servicio de la organización,
- e. los presupuestos financieros y las políticas de ventas de la organización,
- f. las políticas presupuestales de la organización,
- g. los índices de rentabilidad y sostenibilidad financiera para la organización,
- h. los medios publicitarios a utilizar,
- i. las plataformas de venta y cobro,
- j. las formas de pago y descuentos,
- k. las políticas de reservaciones, cancelaciones y reembolsos.

8.3. Diseño del paquete turístico

Para diseñar el paquete turístico, la organización debe determinar:

- a. la duración e itinerarios de los programas que conforman el paquete,
- b. los servicios turísticos, incluidos y no incluidos en el paquete (los no incluidos serán los servicios complementarios a pedido),
- c. el precio base (paquete estándar sin servicios complementarios) de acuerdo con los costos y políticas de la organización,

- d. los servicios complementarios y sus precios de forma individual de acuerdo con los costos y políticas de la organización,
- e. los proveedores que prestarán los servicios y las alianzas estratégicas que puedan establecerse,
- f. el nombre del paquete,
- g. las responsabilidades del cliente, los proveedores y la organización, de acuerdo con las políticas de ésta,
- h. la vigencia del paquete,
- i. las especificidades técnicas y requerimientos físicos que exige el paquete,
- j. las normas internacionales que apliquen al paquete turístico.

Nota. La organización debe contemplar en la planificación de sus paquetes, las políticas en materia de turismo y las políticas medioambientales internacionales con el fin de contribuir con sus acciones a un turismo sostenible.

8.4. Requisitos para los servicios conexos

8.4.1. Tipos de servicios conexos

La organización debe definir los servicios conexos a ofrecer, entre éstos:

- a. alojamiento (hoteles, posadas, albergues, casas compartidas, etc.),
- b. transporte (aéreo, terrestre o acuático/marítimo),
- c. traslados,
- d. alimentación,
- e. alquiler de autos,
- f. circuitos turísticos,
- g. guiaje y conducción de grupos,
- h. asistencia en carga de equipo,
- i. asistencia legal y de seguridad.

8.4.2. Proveedores de servicios conexos

La organización, después de definir cuáles son los servicios conexos a ofrecer, debe:

- a. evaluar a potenciales proveedores para que brinden los servicios conexos a los clientes de forma idónea;
- b. establecer acuerdos de trabajo, negociación y coordinación con los proveedores;
- c. asegurar que los proveedores de los servicios conexos cumplan con los aspectos legales, así como los requerimientos de calidad y atención a los clientes, los aspectos de seguridad que debe contemplar como mínimo, así como los de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial;
- d. establecer el mecanismo de evaluación de los servicios prestados por proveedores;
- e. asegurar la retroalimentación a los proveedores, indicando las áreas de mejora.

8.4.3. Gestión de proveedores

Posterior a la selección de la lista de los potenciales proveedores de servicios conexos, la organización debe:

- a. identificar los bienes y servicios que adquiere para la prestación de su servicio y definir cuáles de ellos tienen un mayor impacto sobre la sostenibilidad, para establecer criterios de compra que incluyan consideraciones ambientales, socioculturales y económicas, de acuerdo con la disponibilidad del mercado;
- b. dar prioridad a los proveedores de aquellas empresas que, como parte de su política comercial, demuestren su compromiso con el desarrollo sostenible;
- c. verificar la idoneidad y legalidad de las empresas o personas que contrata;
- d. seleccionar proveedores locales, apoyando la economía de los destinos;
- e. definir un programa de gestión de proveedores que contenga los siguientes criterios:
 1. el precio justo del mercado,
 2. una garantía del producto o servicio adquirido,
 3. unas condiciones de pago favorables tanto para el comprador como para el vendedor,
 4. que contribuya a la promoción del patrimonio cultural de la región,

5. apoyo al desarrollo económico de la región donde está ubicada la organización y a los lugares a donde envía clientes,
6. preferencia de proveedores con certificaciones nacionales y/o internacionales comprobables y que cumplan acciones comprobables de sostenibilidad,
7. verificación de idoneidad legal del proveedor incluyendo el debido registro ante el/los entes reguladores correspondientes.

9. Requisitos para la prestación del servicio

9.1. Comunicación con el cliente

La organización debe:

- a. proporcionar información relativa a los productos y servicios por los diversos canales de comunicación presencial, en línea o sin conexión que se han establecido para los clientes,
- b. tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios o peticiones específicas de cada cliente. En estos se incluyen servicios de inclusión o de alimentación con restricciones, entre otros,
- c. obtener la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios incluyendo las quejas de los clientes,
- d. establecer los requisitos específicos para las acciones de contingencia.

9.2. Otros requisitos. Servicio de proveedores

La organización, en cualquiera de sus clasificaciones, debe asegurarse que los clientes sean atendidos fuera del territorio nacional de la mejor manera, lo que incluye evaluar en los proveedores de servicios en el extranjero los siguientes aspectos:

- a. equipos especializados (según el tipo de excursión, tour o gira) para realizar las actividades de forma cómoda y segura,
- b. equipos de comunicación necesarios,
- c. permisos legales y migratorios requeridos en los países donde prestan los servicios,
- d. permisos requeridos para realizar la gira, circuito y/o excursión, principalmente en las áreas a visitar,
- e. personal formado y capacitado para brindar el servicio,
- f. verificación permanente de los materiales, equipo e insumos de forma previa y al brindar los servicios,

- g. programas de seguridad integral y el equipamiento requerido para brindar primeros auxilios,
- h. medidas de seguridad que se requieran de acuerdo a la actividad a realizar y las condiciones de los sitios a visitar,
- i. medidas de contingencia,
- j. protocolo de servicios establecido: saludar y presentarse, repasar puntos clave del lugar a visitar, etc.,
- k. protocolo de bienvenida que incluya: charla informativa inicial en la que brinde los detalles de la gira, circuito y/o excursión, instruyendo a los clientes sobre las medidas de seguridad, técnicas, código de comunicación, como utilizar el equipo, etc.,
- l. políticas de modificación, aplazamiento o cancelación de las actividades según las condiciones meteorológicas,
- m. protocolos y normativas de las actividades a realizar y de los sitios por visitar que incluyen la conservación de los recursos naturales,
- n. protocolo de terminación de la gira o viaje que incluye: charla de cierre, solicitud de retroalimentación de los clientes sobre las actividades y recorridos realizados,
- o. respetan e invitan a los clientes a respetar la cultura, las costumbre, tradiciones y las creencias de los habitantes locales cuando éstos acompañen en el recorrido y/o cuando se les vea o interactúe con ellos en el recorrido.
- p. permisos, licencias o certificaciones necesarias al tipo de negocio que aplique.

10. Requisitos de atención al cliente

La atención al cliente en la prestación del servicio requiere que se siga el ciclo:

- a. planeación,
- b. ejecución,
- c. supervisión y monitoreo
- d. mejora

10.1. Planeación del servicio y la atención al cliente

La organización debe:

1. diseñar y definir los productos y servicios a ofrecer a los diferentes segmentos de mercado que han decidido atender. Esto incluye, el diseño y definición de los paquetes turísticos a ofrecer a los clientes. En Anexo B se muestra información sobre los paquetes turísticos;

2. definir cómo y qué va a comunicar a los clientes sobre los servicios que presta;
3. describir cómo se realizan las reservaciones y los cambios en las reservaciones;
4. definir los calendarios de salidas y regresos para determinadas giras o paquetes turísticos, según temporadas;
5. definir la forma de venta y cobro de los servicios y productos a disposición de los clientes;
6. establecer cómo y qué va a comunicar a los clientes previo a la gira, el circuito y/o la excursión;
7. precisar la información básica que se debe recolectar de los clientes para planificar el servicio, incluyendo: número de personas por grupo o viaje individual, edades, información básica del cliente, datos de facturación, idioma en que desea el tour, padecimientos -enfermedades-; limitación de sentidos o de movilidad; limitaciones en alimentos por alergias o dietas especiales, entre otros;
8. determinar, si brindará el servicio de guiaje durante el viaje, qué conocimientos especializados o adicionales se requiere que tenga el guía y sus asistentes, y determinar el número de guías necesarios de acuerdo con el tamaño del grupo;
9. definir el manejo de calendario de actividades de la gira, el circuito y/o la excursión;
10. determinar cómo se realizan y gestionan:
 - a) las reservaciones, opciones de cobro y devoluciones o reembolsos,
 - b) las quejas y reclamos de los clientes,
 - c) la evaluación de satisfacción por parte de los clientes,
 - d) establecer cómo se contratarán proveedores y servicios tercerizados,
 - e) establecer cómo se trabajarán las cotizaciones y alianzas estratégicas,
 - f) establecer qué requisitos deben cumplir los clientes, en cuanto a:
 1. condición de movilidad, accesibilidad y salud,
 2. equipo y equipamiento que deben llevar en los tours especializados y los que proveerá la organización,
 3. seguros con los que cuentan y firma de declaración de salvaguarda, en la que se determina en qué casos es total responsabilidad del cliente y en qué casos es responsabilidad de la organización ya sea directamente o por medio de sus proveedores de servicios.

10.2. Ejecución del servicio y atención al cliente

La organización debe considerar los siguientes aspectos en la ejecución del servicio y atención al cliente ya sea por sí misma o por medio de proveedores de servicios:

- a. tipo de servicios que se ofrecen a los clientes,
- b. atención personalizada según segmentos a atender,
- c. atención generalizada en tours con clientes al azar, es decir no conocidos entre sí,
- d. empaquetamiento de productos y servicios turísticos según requisitos o solicitud de los clientes,
- e. llegada y salida para iniciar y finalizar los tours, que incluye transporte y protocolos de bienvenida, conducción y despedida de los clientes,
- f. gestión en casos de crisis y emergencias,
- g. seguridad general.

10.3. Supervisión y monitoreo

La organización debe determinar los siguientes aspectos relacionados con la supervisión y monitoreo de los servicios ya sea prestados por la misma organización o sus proveedores:

- a. procesos de supervisión y monitoreo antes del viaje, en el viaje o después del mismo, al igual que en caso de tours antes, durante y después del mismo;
- b. responsables de la supervisión o monitoreo de atención al cliente en los viajes o traslados y en tours;
- c. momentos y aspectos clave a supervisar y/o monitorear en viajes o traslados y en tours.

10.4. Evaluación de satisfacción de los clientes

La organización debe asegurar realizar acciones para:

- a. obtener retroalimentación de los clientes antes, durante y posterior a la prestación del servicio, sobre los servicios que se le prestaron, del personal que los suministró y del equipo que se utilizó;
- b. efectuar el seguimiento de las percepciones y opiniones de éstos sobre el grado que se cumplieron sus necesidades y expectativas;
- c. analizar las respuestas a los comentarios y evaluación de los clientes;
- d. elaborar, con base al análisis realizado, un plan de mejora continua.

10.5 Mejora continua

La evaluación de la satisfacción de los clientes debe permitir evaluar el servicio prestado

tanto por el personal de la organización como por parte de los proveedores, para desarrollar estrategias de mejora a lo interno y requerimientos a cumplir por parte de los proveedores.

El plan de acción de mejoras de la organización debe estar centrado en la atención de los clientes, que incluye además de la calidad en los servicios, los aspectos de seguridad. Adicionalmente, el plan de acción de mejoras también puede incluir aspectos de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

Algunos de los aspectos que los planes de acción de mejora pueden incluir son:

- a. capacitación y formación de los empleados en los temas en los que se puede y debe mejorar y funciones del personal,
- b. mejoras en la planificación de los servicios complementarios y conexos,
- c. mejoras en los paquetes turísticos (tiempos, transporte, lugares a visitar, alimentación, actividades incluidas, entre otros, así como descuentos, políticas de cambio y reembolsos, precios, formas de pago),
- d. mejoras en los procedimientos,
- e. mejoras en el equipo, materiales y equipamiento utilizado,
- f. mejoras en la comunicación con el cliente (previo, durante y posterior al servicio prestado),
- g. mejoras en los aspectos de salud y seguridad ocupacional para trabajadores,
- h. mejoras en los aspectos de salud y seguridad general para clientes,
- i. mejoras en aspectos de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

11. Requisitos de seguridad general y salud ocupacional

11.1. Seguridad

La organización debe:

- a. identificar y evaluar, por medio de herramientas idóneas, los riesgos de su operación y los riesgos a los que están expuestos sus clientes, ya sea mientras la organización directamente preste el servicio o cuando éste sea brindado por proveedores contratados para ello,
- b. elaborar los planes de acción correspondientes para minimizar riesgos,
- c. elaborar planes de contingencia para casos determinados,

- d. exigir a sus proveedores el cumplimiento de las normas de seguridad en la prestación del servicio,
- e. informar a los clientes las recomendaciones relacionadas con la seguridad en el destino que va a visitar en el extranjero,
- f. establecer prácticas de seguridad en las operaciones y el medio de trabajo,
- g. el mejoramiento continuo de los conocimientos prácticos del personal sobre la gestión de seguridad en la prestación de servicios de traslados o viajes, las giras, circuitos y/o excursiones que comercializa.

11.2. Manual de Gestión de la Salud y Seguridad Ocupacional

La organización debe generar y comunicar un Manual de Seguridad y Salud Ocupacional, basado en los riesgos a los que está expuesta la organización, su infraestructura, su personal y los servicios brindados por los proveedores en su nombre.

Este Manual debe tener por objeto garantizar la seguridad de:

- a. los clientes en cuanto a aspectos de seguridad sanitaria, alimenticia, integridad física y de sus pertenencias,
- b. la propiedad de los clientes y de la organización,
- c. la información y datos de los clientes y de la organización, incluyendo las transacciones de pago y otros aspectos de ciberseguridad,
- d. el patrimonio cultural (si el tour o paquete turístico incluye visitación a los mismos en los países extranjeros),
- e. el ambiente y recursos naturales (si el tour o paquete turístico incluye la visitación de áreas protegidas y/o los traslados suceden en paisajes y cuerpos de agua).

11.3. Política de Seguridad General y Salud Ocupacional

La organización debe asegurar y garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, requerimientos, guías y manuales relacionados con la salud ocupacional, y la seguridad general incluyendo la disminución y gestión de riesgos, mediante el establecimiento de una política que garantice las prácticas operativas seguras y, además, libres de contaminación.

Esta política debe:

- a. estar enfocada a la protección y promoción de la salud de sus trabajadores, clientes

- y proveedores, procurando su integridad física y mental, mediante un adecuado control de los riesgos identificados y el mejoramiento continuo de los procesos,
- b. promover un ambiente de trabajo sano y seguro, cumpliendo los requisitos legales aplicables, para lo cual destinará los recursos humanos, físicos y financieros necesarios para su adecuada gestión,
 - c. incluir una declaración de los esfuerzos que la organización realiza en las actividades y servicios que promueven una cultura preventiva y de autocuidado, a la intervención de las condiciones de trabajo que puedan causar accidentes o enfermedades laborales, al control del ausentismo y a la preparación para afrontar las emergencias.

11.4. Acciones para abordar riesgos y oportunidades

Al planificar el SG, la organización debe considerar el determinar los riesgos y las oportunidades que es necesario abordar con el fin de:

- a. asegurar que el SG pueda lograr sus resultados previstos,
- b. aumentar los efectos deseables,
- c. prevenir o reducir efectos no deseados,
- d. lograr la mejora continua del SG.

La organización debe planificar:

1. las acciones para abordar estos riesgos y oportunidades;
2. la manera de integrar e implementar las acciones en los procesos del SG, así como, evaluar la eficacia de estas acciones;
3. las acciones tomadas para abordar los riesgos y oportunidades deben ser proporcionales al impacto potencial en la satisfacción de los clientes y la conformidad de los productos y los servicios.

Nota. Las opciones para abordar los riesgos pueden incluir: evitar riesgos, asumir riesgos para optar por una oportunidad, eliminar la fuente del riesgo, cambiar la probabilidad o las consecuencias, compartir el riesgo o mantener riesgos mediante decisiones informadas. Las oportunidades pueden conducir a la adopción de nuevas prácticas, lanzamiento de nuevos productos, apertura de nuevos mercados, acercamiento a nuevos clientes: establecimiento de asociaciones o alianzas, utilización de nuevas tecnologías y otras posibilidades deseables y viables para abordar las necesidades de la organización o las de sus clientes.

12. Requisitos de la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial

12.1. Generalidades

La organización debe diseñar, implementar, mantener, evaluar y mejorar la gestión para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial demostrando su compromiso, como mínimo, con los requisitos al respecto que se establecen en esta norma.

Para ello debe:

- a. designar un líder del proceso anteriormente mencionado;
- b. establecer derechos y deberes de los trabajadores, proveedores y clientes en su compromiso con la sostenibilidad.

12.2. Requisitos legales

La organización debe:

- a. identificar la legislación que le es aplicable en los temas turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales, en todos los países en los que opera;
- b. verificar que los proveedores que contrate en otros países, para brindar los servicios a los clientes, cumplen con la legislación correspondiente;
- c. definir mecanismos para cumplir con la legislación identificada de manera oportuna;
- d. hacer seguimiento periódico al cumplimiento con dicha legislación.
- e. poseer certificaciones, permisos o validaciones según corresponda el tipo de agente de viajes.

12.3. Política de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial

La organización debe definir una política de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial que esté disponible para el conocimiento de los trabajadores, proveedores y clientes, que como mínimo incluya:

- a. compromiso con minimización o eliminación de aquellos aspectos que provoquen un impacto negativo, ya sea generados o relacionados con el desarrollo de su actividad, en cuanto a temas económicos, ambientales y socioculturales;
- b. compromiso en contra de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (NNA).

12.4. Identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos

La organización, debe identificar cuáles de las actividades que lleva a cabo tanto en el país en que opera y/o en el extranjero genera impactos negativos en el ambiente o en tejido social de los destinos que promueve a fin de planificar e implementar acciones para minimizarlos.

12.5. Código de conducta

La organización debe asegurar poner en vigencia un reglamento interno de operaciones o código de conducta tanto para trabajadores como para clientes, que sea aplicable tanto en sus oficinas como en los destinos que promueve y comercializa. Este código o reglamento puede tener sus bases en el Código de Ética de las organizaciones internacionales que se dedican al turismo y al ambiente.

12.6. Información y sensibilización

La organización debe:

- a. tener un programa de información y sensibilización para proveedores, trabajadores y clientes, orientado a promover y difundir buenas prácticas de sostenibilidad,
- b. capacitar a los trabajadores para el cumplimiento de los requisitos de la norma,
- c. informar respecto a los programas sociales, ambientales y de responsabilidad social empresarial que tanto trabajadores, proveedores y clientes puedan apoyar.

13. Correspondencia

La norma NTG 228 003 Turismo –Agencias de Viajes. Requisitos para la prestación del servicio, no tiene correspondencia con otra norma técnica nacional o internacional en materia de agencias de viajes.

Anexo A

(Informativo)

Aspectos e impactos a evaluar en los proveedores de servicios conexos sobre aspectos y temas relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial³

DIMENSIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	TEMA	ASPECTO	IMPACTO TIPO
Ambiental	Consumo de agua	Utilización de proveedores locales, certificados ⁴ y/o registrados ante el ente regulador, que implementan buenas prácticas en relación al consumo sostenible y ahorro del agua y la energía eléctrica. sobre la no contaminación de agua, suelo, aire y vista.	Positivo
	Contaminación (agua, suelo, aire, ambiente en general)	Utilización de proveedores locales certificados ⁵ que implementan buenas prácticas en relación a la no contaminación auditiva, visual, de aire, de suelo y cuerpos de agua.	Positivo
	Diversidad biológica	Aumento de quejas y denuncias sobre temas medioambientales, causados por el uso turístico no sostenible de los recursos naturales del territorio.	Negativo
	Generación de residuos	Disposición adecuada de los residuos, que genera la operación y los clientes.	Positivo
Socio-cultural	Explotación sexual comercial deniños, niñas yadolescentes (ESNNA)	Incumplimiento de la legislación legal vigente.	Negativo
	Identidad	Reafirmación de la identidad territorial y cultural de los habitantes locales en los destinos e incentivación a la conservación y rescate de las tradiciones.	Positivo
	Social	Disminución de la promoción de actividades folclóricas y artísticas o la promoción de las mismas sin consentimiento propio de las comunidades locales.	Negativo

³ Los temas y aspectos que aparecen en esta tabla son para propósitos de ejemplificar lo que se podría evaluar. Estos no son exhaustivos.

⁴ Referirse al Capítulo 8 inciso 8.3.3.

⁵ idem

DIMENSIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	TEMA	ASPECTO	IMPACTO TIPO
	Promoción del patrimonio cultural	Promoción de la conservación del patrimonio cultural.	Positivo
Económica	Compras	Preferencia a proveedores local tipo MIPYME.	Positivo
	Empleo	Participación en programas de prevención del trabajo infantil.	Positivo
	Empleo	Disminución de oportunidades de trabajo para la población local por el efecto del turismo.	Negativo
	Gestión de la calidad	Buena imagen del establecimiento y confianza por parte de los clientes.	Positivo

Anexo B

(Informativo)

Paquetes Turísticos⁶

Además de los procesos de control de calidad en el diseño de paquetes turísticos que se incluyen en el Capítulo 8, se describen procesos adicionales que la organización podría seguir.

A. Calidad en la adquisición de servicios

La adquisición de servicios debe hacerse con eficacia y seguridad otorgándosele el mismo nivel de planificación y control que a otras actividades internas de la agencia de viajes. La organización debe establecer mecanismos de verificación para la adquisición de servicios, los cuales serán parte fundamental de los requisitos de calidad, para los procesos de interacción con el cliente y para los mecanismos de validación.

Así mismo, debe establecer con los intermediarios una relación comercial, incluyendo la retroalimentación para evitar discrepancias o resolverlas rápidamente.

Los requisitos de adquisición deben incluir como mínimo:

1. Selección de intermediarios y/o proveedores calificados.
2. Solicitud de cotizaciones de servicios que incluyan todas las especificaciones y firma de contrato cuando se requiera
3. Disposición para resolver cualquier discrepancia que se pueda presentar.

Al seleccionar el proveedor, la organización debe considerar la experiencia de éste con otras agencias de viajes, las políticas de modificación y cancelación, de seguridad y de sostenibilidad, así como de forma importante el sistema de gestión de la calidad.

B. Identificación del paquete turístico y trazabilidad

La agencia de viajes debe identificar y registrar el proveedor de servicios que forme parte del paquete, incluyendo el personal responsable de verificarlo, para garantizar la trazabilidad en caso de no conformidad, tratamiento de la queja del cliente y responsabilidad por el paquete turístico.

C. Revisión del diseño

Al concluir el proceso de diseño del paquete turístico se debe efectuar una revisión formal a los documentos que respaldan su presentación final, verificando que cumpla con cada uno de los requisitos establecidos.

⁶ Esta información también puede aplicarse a servicios conexos subcontratados.

En la revisión del diseño, deben incluirse los participantes y representantes de todas las funciones que afectan la calidad del paquete turístico.

La revisión del diseño debe identificar las áreas problemáticas y las insuficientes e iniciar acciones correctivas para asegurar que la calidad es adecuada para proporcionar la información precisa acerca del paquete turístico.

D. Validación de las especificaciones del paquete turístico, de la prestación del mismo y del control de calidad

El paquete turístico y sus procesos deben ser validados por las personas que lo tienen asignado en la descripción de puesto, para asegurar que se desarrollan plenamente y cumplen con las necesidades del cliente y los intereses de la organización, bajo las condiciones previstas y adversas. La validación se debe definir antes de la implementación del paquete. De los resultados se deben mantener los registros correspondientes.

Se deben efectuar validaciones periódicas para asegurarse de que el paquete turístico continúa satisfaciendo las necesidades del cliente, conforme con los requisitos, así como para identificar los mejoramientos potenciales en la prestación y control del paquete turístico.

E. Control de cambios del diseño

Los requisitos del paquete turístico, su prestación y el control de calidad son documentos básicos de referencia y no deben cambiarse sin una causa y consideraciones debidamente justificadas.

El objetivo del control de cambios del diseño, es mantener los registros y administrar los cambios en los requisitos y procedimientos, después de que los requisitos iniciales del paquete turístico se hayan autorizado e implementado.

Este control debe asegurar que:

1. La necesidad del cambio se identifique, se verifique, se someta a análisis y se rediseñe la parte del paquete turístico afectado.
2. Se planeen, se aprueben, se implementen y se registren en forma adecuada los cambios en los requisitos del paquete turístico.
3. Los representantes de todas las funciones afectadas por el cambio, participen en su determinación y lo aprueben.
4. Se evalúe el impacto de los cambios para asegurar que producen los resultados esperados y no degradan la calidad del paquete turístico.
5. Se informe a los clientes de los cambios del diseño del paquete turístico.

Bibliografía

- [1] Acuerdo gubernativo No. 229-2014 y sus reformas: Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional.
- [2] Acuerdo gubernativo No. 341-2013: Política Nacional para la Gestión Ambientalmente Racional de Productos Químicos y Desechos Peligros en Guatemala.
- [3] Acuerdo gubernativo No. 777-2003: Reglamento de la ley de protección al consumidor y usuario. 2003.
- [4] COGUANOR NGT / ISO 26001:2010, Guía de responsabilidad social.
- [5] Decreto No. 135-1996. Ley de Atención a Personas con Discapacidad. 1996.
- [6] Decreto No. 74-2008: Ley de creación de los ambientes libres de humo de tabaco. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. 2008.
- [7] Decreto No. 9-2009. Ley contra la violencia sexual, explotación infantil y trata de personas. 2009.
- [8] Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española -DRAE-. Versión digital. España. Actualización 2021. <https://dle.rae.es/>
- [9] ICONTEC (2004). Norma Técnica sectorial Colombiana Agencias De Viajes. Requisitos De Sostenibilidad. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.
- [10] INGUAT (1993). Acuerdo No. 269-93-D, Regulaciones para el Registro de Agencias de Viajes. Instituto Guatemalteco de Turismo. Guatemala.
- [11] Manual de buenas prácticas ambientales y sostenibles. Certificación nacional de calidad turística. Sello Q. INGUAT. Primera Edición. 2014.
- [12] NTG ISO 45001:2018, Sistemas en seguridad y salud ocupacional.
- [13] SEN (2015). Sistema de gestión integral de la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo. Operación turística. Servicio Ecuatoriano de Normalización. Quito.
- [14] Organización Mundial del Turismo -OMT- (2001) Código Ético Mundial para el Turismo [https://www.unwto.org/es/antecedentes-del-codigo-etico-mundial-para-turismo#:~:text=El%20C%C3%B3digo%20%C3%89tico%20Mundial%20para%20el%20Turismo%20\(CMET\)%20es%20un,visitantes%2C%20tanto%20internacionales%20como%20internos](https://www.unwto.org/es/antecedentes-del-codigo-etico-mundial-para-turismo#:~:text=El%20C%C3%B3digo%20%C3%89tico%20Mundial%20para%20el%20Turismo%20(CMET)%20es%20un,visitantes%2C%20tanto%20internacionales%20como%20internos)

- [15] Consejo Mundial del Turismo Sostenible -GSTC- (2013) Criterios Globales de Turismo Sostenible
<https://www.gstcouncil.org/wpcontent/uploads/2017/01/Spanish-GSTC-Dv1-1nov13-2.pdf>
- [16] Asociación Internacional de Transporte Aéreo -IATA
<https://www.iata.org/en/youandiata/travel-agents/>

Ministerio de Economía Comisión Guatemalteca de Normas – **COGUANOR**

Edificio Centro Nacional de Metrología
Calzada Atanasio Tzul 27-32, zona 12
Teléfono: (502) 2247-2600
Correo electrónico: info-coguanor@mineco.gob.gt
www.mineco.gob.gt

