

**DISEÑO DE UN MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA
LOS PROCESOS OPERATIVOS DE LA PROMOTORA DE EVENTOS Y
SERVICIOS TURÍSTICOS GERMINAR S.A.S BAJO LA NTC ISO 9001:2015**

DANIEL MATEO ARAQUE REYES
MARYORY BIBIANA FAJARDO RIVERA
RAUL ESTEBAN PEÑA AMAYA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS, SECCIONAL TUNJA
DIVISIÓN DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA DE SISTEMAS DE LA
CALIDAD
TUNJA, BOYACÁ
2022

**DISEÑO DE UN MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA
LOS PROCESOS OPERATIVOS DE LA PROMOTORA DE EVENTOS Y
SERVICIOS TURÍSTICOS GERMINAR S.A.S BAJO LA NTC ISO 9001:2015**

DANIEL MATEO ARAQUE REYES
MARYORY BIBIANA FAJARDO RIVERA
RAUL ESTEBAN PEÑA AMAYA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE ESPECIALISTA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA DE SISTEMAS
DE LA CALIDAD

ASESOR METODOLÓGICO
ING. CARLOS ANDRES AGUIRRE

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA
DIVISIÓN DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA DE SISTEMAS DE LA
CALIDAD

TUNJA, BOYACÁ

2022

Nota de aceptación

Firma presidente del jurado

Firma Jurado

Firma Jurado

Tunja, 01 de Julio de 2022

Dedicatoria

*A mi familia, que me ha colaborado y
apoyado en el desarrollo de esta
especialización,
Daniel Mateo.*

*A Dios que ha sido benevolente con mi
imperfección, a mis Padres, Mis hijos y
mi hermana, por estar ahí siempre,
incondicionales,
Maryory Bibiana*

*A Dios, a mi familia y a mis compañeros
por siempre acompañarme, apoyarme,
alentarme, orientarme y por siempre
permitirme ser mejor persona, por su
apoyo incondicional.
Raúl Esteban*

Agradecimientos

A Dios

Por regalarnos el don de la vida, darnos capacidades y oportunidades de mejoramiento personal y profesional.

A nuestras familias

Por el apoyo brindado, especialmente por la educación, que es base del desarrollo.

A los Docentes de la Especialización

Por toda la orientación realizada durante el desarrollo de esta especialización, por sus valiosos aportes, observaciones y correcciones que han permitido mejorar nuestro aprendizaje dentro de la formación profesional.

Para el desarrollo de este trabajo fue esencial la participación de diferentes miembros de la organización, por lo que agradecemos principalmente al gerente de la Promotora de Eventos y Servicios Turísticos Germinar S.A.S, el Mg. Javier Araque, quien nos permitió ingresar a su organización y confiar en nuestras capacidades.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I	13
1. PROBLEMA	13
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2 TITULO DEL PROBLEMA	13
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
1.5 ELEMENTOS DEL PROBLEMA	14
1.6 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.7 SUBPROBLEMAS	15
2. OBJETIVOS	16
2.1 OBJETIVO GENERAL	16
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
CAPÍTULO II	18
4. MARCO CONCEPTUAL	18
4.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	18
4.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	18
4.3. MEJORA CONTINUA	19
4.4. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS:	19
4.5. COMPETITIVIDAD	20
5.MARCO TEÓRICO	21
5.1 GESTIÓN DE CALIDAD	21
5.3 TEORÍAS DE CALIDAD	23
5.4 TEORÍA DE LA MEJORA CONTINUA	25
5.5 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.	25
6. MARCO LEGAL	27
7.MARCO REFERENCIAL	34

7.1 TURISMO	34
7.2 ATENCIÓN AL CLIENTE	34
7.3 CALIDAD DE SERVICIO	35
CAPÍTULO III	37
8.DISEÑO METODOLÓGICO	37
8.1. TIPO DE ESTUDIO	37
8.2. DELIMITACIÓN	37
8.3. FASE CUALITATIVA	37
8.4 FASE CUANTITATIVA	40
CAPITULO IV	46
9.RESULTADOS DEL DIASGNOSTICO	46
9.1 ANALISIS ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES	46
9.2 ANÁLISIS ENTREVISTA GERENTE ENTIDAD.	62
9.3 ANÁLISIS DE BRECHA	63
9.3.2 Liderazgo	65
CAPÍTULO V	77
10. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	77
10.1. INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	77
CAPÍTULO VI	81
11. DISEÑO DEL MODELO DE GESTIÓN CALIDAD	81
11.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	81
11.1.1. Misión	81
11.1.2. Visión	81
11.1.4. Valores Corporativos:	81
11.1.3. Organigrama:	82
11.1.5. Mapa de Procesos:	83
11.1.6 Comprensión de la organización y su contexto	83
11.2. ANÁLISIS PESTEL:	85
11.3. MATRIZ DOFA	87
11.4. PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD:	89

11.4.1. Comprensión de las necesidades y las expectativas de las partes interesadas.	89
11.4.2. Alcance del sistema de gestión de la calidad.	94
11.4.3. Política del sistema de gestión de la calidad.	95
11.4.4. Objetivos del sistema de gestión de la calidad.	96
11.4.5. Descripción y caracterización de Cargos.	96
11.4.6. Flujograma de los Procesos Operativos	99
11.4.7. Caracterización de Procesos Operativos:	104
11.4.5.1 Proceso de mercadeo.	104
11.4.5.2. Proceso de Planeación.	107
11.4.5.3. Proceso de Gestión de Recursos.	111
11.4.5.4. Proceso de Realización del evento.	115
11.4.8. Matriz de riesgo	119
11.4.9 Indicadores	123
11.5. PROGRAMA DE AUDITORIA ENTIDAD:	127
12. CONCLUSIONES	130
13. BIBLIOGRAFIA	131

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Marco Legal	27
Tabla 2 Genero de los clientes de la promotora Germinar	46
Tabla 3 Rango de edad de los clientes de la promotora germinar	47
Tabla 4 Lugar de residencia de los clientes de la promotora Germinar	48
Tabla 5 ¿Ha realizado eventos anteriormente, en otro salón de eventos?	49
Tabla 6 ¿Le gusta realizar celebraciones con sus familias o amigos?	50
Tabla 7 ¿Con que frecuencia participa o realiza eventos sociales o familiares? ...	50
Tabla 8 Califique de 1 a 5 donde (1) No es tan importante y (5) Muy importante ¿Que elementos le parecen más relevantes en un evento?	52
Tabla 9 ¿Qué tipo de comida le gusta que ofrezcan en un evento?	53
Tabla 10 ¿Está conforme con la asesoría brindada para realización de su evento? ¿Por qué?	55
Tabla 11 ¿Se encuentra satisfecho con los tiempos de entrega del servicio? ¿Por qué?	56
Tabla 12 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), las instalaciones y zonas externas de la Promotora.....	57
Tabla 13 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), la atención prestada por el personal de la Promotora Germinar	58
Tabla 14 ¿El servicio obtenido cumplió sus expectativas?	59
Tabla 15 ¿Califique su nivel de satisfacción con el servicio recibido en una escala del 1 al 5? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho	60
Tabla 16 ¿Recomendaría a la Promotora Germinar? ¿Por qué?	61
Tabla 17 Análisis de Brecha Contexto de la Organización.	63
Tabla 18 Análisis de Brecha Liderazgo.....	65
Tabla 19 Análisis de Brecha Planificación del SGC	66
Tabla 20 Análisis de Brecha soporte.	67
Tabla 21 Análisis de Brecha Operación.....	69
Tabla 22 Análisis de Brecha Evaluación de Desempeño.....	72
Tabla 23 Análisis de Brecha Mejora.	73
Tabla 24 Ponderación Análisis de Brecha Mejora.	74
Tabla 25 Resultados Análisis de Brecha	75
Tabla 26 Matriz EFE	84
Tabla 27 Matriz MEFI.....	85
Tabla 28 PESTEL entidad.	86
Tabla 29 Matriz DOFA entidad.....	87
Tabla 30 Matriz Partes Interesadas	90
Tabla 31 Caracterización de Procesos Operativos	104
Tabla 32 Caracterización de Procesos Operativos	107
Tabla 33 Caracterización de del Proceso de Gestión de Recursos.	111
Tabla 34 Caracterización de proceso de Realización de Eventos.	115

Tabla 35 Matriz de riegos	119
Tabla 36 Rangos matriz de riesgos.	122
Tabla 37 Ponderación Matriz de riesgo	122
Tabla 38 Indicadores de Proceso de Mercadeo.....	123
Tabla 39 Indicadores de Proceso de Gestión de Recursos.	124
Tabla 40 Indicadores de Proceso de Realización de Servicio.	125
Tabla 41 Indicadores de Proceso de Planeación.....	126
Tabla 42 Programa de auditoria.....	127

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Árbol de Preguntas Dirigidos al Gerente	39
Ilustración 2 Fórmula Tamaño de muestra	40
Ilustración 3 Encuesta realizada a los Clientes de la Promotora	41
Ilustración 4 Genero de los clientes de la promotora Germinar	46
Ilustración 5 Rango de edad de los clientes de la promotora germinar	47
Ilustración 6 Lugar de residencia de los clientes de la promotora Germinar.....	48
Ilustración 7 ¿Ha realizado eventos anteriormente, en otro salón de eventos?.....	49
Ilustración 8 ¿Le gusta realizar celebraciones con sus familias o amigos?	50
Ilustración 9 ¿Con que frecuencia participa o realiza eventos sociales o familiares?	51
Ilustración 10 Califique de 1 a 5 donde (1) No es tan importante y (5) Muy importante ¿Que elementos le parecen más relevantes en un evento?	52
Ilustración 11 ¿Qué tipo de comida le gusta que ofrezcan en un evento?.....	53
Ilustración 12 ¿Qué tipo de actividades adicionales quisiera encontrar cuando está en un evento?	54
Ilustración 13 ¿Está conforme con la asesoría brindada para realización de su evento? ¿Por qué?	55
Ilustración 14 ¿Se encuentra satisfecho con los tiempos de entrega del servicio? ¿Por qué?	56
Ilustración 15 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), las instalaciones y zonas externas de la Promotora.....	57
Ilustración 16 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), la atención prestada por el personal de la Promotora Germinar	58
Ilustración 17 ¿El servicio obtenido cumplió sus expectativas?.....	59
Ilustración 18 ¿Califique su nivel de satisfacción con el servicio recibido en una escala del 1 al 5? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho	60
Ilustración 19 ¿Recomendaría a la Promotora Germinar? ¿Por qué?	61

Ilustración 20 Resultados Análisis de Brecha	75
Ilustración 21 Logo Entidad	77
Ilustración 22 Ubicación y Distancia Entidad.	78
Ilustración 23 Instalación Entidad.	79
Ilustración 24 Organigrama Entidad.....	82
Ilustración 25 Mapa de Procesos.....	83
Ilustración 26 Clasificación de partes Interesadas	93
Ilustración 27 Flujograma Proceso de Mercado.....	100
Ilustración 28 Flujograma Proceso de Planeación.	101
Ilustración 29 Flujograma de Proceso de Gestión de Recursos.	102
Ilustración 30 Flujograma de Proceso de Realización de Eventos.	103

INTRODUCCIÓN

La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar, es una empresa que se dedica a la organización y desarrollo de eventos, cuenta con una excelente reputación gracias a la calidad de los eventos realizados en sus instalaciones y la atención oportuna de sus clientes por parte del talento humano vinculado a la organización, siempre dispuesta implementar las mejoras necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes y partes interesadas, es por ello que se pretende implementar un Sistema de Gestión de Calidad bajo los requisitos de la norma NTC-ISO-9001:2015.

Se plantean tres etapas que permitirán la correcta implementación del sistema de gestión de calidad; En la primera etapa se establecerá el contexto de la organización, lo cual permitirá plantear la política y los objetivos de calidad, con el fin de minimizar los riesgos a los que se ve sometida diariamente la organización y así mejorar la calidad de los procesos de la organización. La segunda etapa consiste en realizar una evaluación de la organización y definir el alcance a los procesos operativos, lo cual ayudara a diseñar estrategias y establecer los aspectos a mejorar, actualizar o modificar.

Finalmente se ejecutará la etapa tres, con respaldo de los datos y resultados obtenidos en las etapas anteriores, se planteará el sistema de gestión de calidad de la organización, dejando unas bases sólidas para su futura implementación.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S no cuenta con un sistema de gestión de calidad.

1.2 TITULO DEL PROBLEMA

Diseño de un modelo del sistema de gestión de calidad para los procesos operativos de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S bajo la NTC ISO 9001:2015

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Establecer el proceso del diseño de un modelo del sistema de gestión de calidad para los procesos operativos de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S bajo la NTC ISO 9001:2015, esta empresa se dedica a la realización de eventos sociales, académicos y empresariales y servicios de catering, ubicada en la vereda Concepción del municipio de Cómbita, Boyacá.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El sector servicios principalmente de eventos tuvo una crisis ya que su “economía se ha visto afectada a gran escala debido a la pandemia del nuevo coronavirus (COVID -19) la cual ha generado grandes impactos no solo en la economía Colombiana sino a nivel mundial, disminuyendo así, el flujo de ingreso monetario y por consiguiente aumentando el desempleo y la tasa de pobreza”¹; sin embargo en el segundo semestre del año 2021 se reactivó la economía y genero nuevas oportunidades para este sector.

Es allí donde el contexto de la organización atiende a esta demanda, ya que surge la necesidad de las personas de compartir y socializar en lugares amplios, abiertos, naturales que permitan mitigar riesgos a la hora de compartir como lo brinda la

¹ MORALES MOSQUERA, Andrea Del Pilar, et al. Impacto financiero y económico del sector turismo en tiempos de pandemia por coronavirus. 2021.

entidad, detrás de cada evento se encuentran variedad de necesidades como la decoración, alimentación, protocolo y demás requerimientos del cliente.

La empresa es consciente de que debe tener una mejora continua, puesto que “en la actualidad las cadenas hoteleras y en general el sector turismo se encuentra inmerso en un mercado arduamente competitivo, que obligan a mantenerse en la vanguardia en los sistemas de control y procesos que garanticen la buena calidad de los servicios ofertados y simultáneamente asegurar la satisfacción de los clientes”², igualmente la experiencia y crecimiento constante han hecho evidenciar que hay una necesidad de estandarizar la documentación y procedimientos en general de la organización.

La implementación de un sistema para la organización es de vital importancia ya que “quienes quieran permanecer a largo plazo deben implementar estrategias que les permitan demostrar su capacidad de cumplir con las necesidades y expectativas de sus clientes y demás partes interesadas”³. Al no contar con el sistema se pierde la oportunidad de generar una mejor efectividad, eficacia y optimización en los procesos, de los anteriores se desprenden algo vital para la empresa como lo es servicio, satisfacción y fidelización del cliente ya que va de la mano con los ingresos y rentabilidad de la organización.

1.5 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

- **Calidad:** La calidad es la cualidad de las empresas que indican una excelente creación, fabricación y desempeño. Actualmente los sistemas de gestión de calidad en un negocio se basan en la satisfacción del cliente y en una excelente labor en los procesos de la empresa.
- **Contexto de la organización:** Combinación de cuestiones internas y externas que pueden tener un efecto en el enfoque de la organización para el desarrollo y logro de sus objetivos
- **Satisfacción del cliente:** Es la percepción del cliente sobre el producto o servicio que recibió, donde juzga si se han cumplido sus requisitos; un cliente satisfecho es la mejor publicidad que se le puede hacer a la empresa. Por esta razón la norma NTC-ISO-9001:2015 tiene como uno de sus fundamentos la satisfacción del cliente.

² MORALES MOSQUERA, Andrea Del Pilar, et al. Impacto financiero y económico del sector turismo en tiempos de pandemia por coronavirus. 2021.

³ PARRA, Griselda María; DE LA OSSA, José Julián; DEL CARMEN RUIZ, Stephanie. Diagnóstico de la situación actual de una empresa de servicios de alimentación con respecto al cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001: 2015 para un sistema de gestión de la calidad. *Signos: Investigación en sistemas de gestión*, 2019, vol. 11, no 1, p. 99-116.

- Servicio al cliente: Interacción de la organización con el cliente a lo largo del ciclo de vida de un producto o un servicio
- Optimización de procesos: Es un análisis detallado de cada una de las actividades desarrolladas en la empresa, las cuales se pueden mejorar o encontrar los problemas que presentan en su desempeño; igualmente, es uno de los fundamentos para un sistema de gestión de calidad.

1.6 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el proceso para diseñar un modelo del sistema de gestión de calidad para los procesos operativos de la Promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S bajo la NTC ISO 9001:2015?

1.7 SUBPROBLEMAS

- ¿Cómo establecer un diagnóstico simultáneo a la organización Promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S con base a lo estipulado en la Norma NTC ISO 9001:2015?
- ¿Cómo designar acciones y/o estrategias que permitan disminuir las debilidades o falencias halladas a causa del diagnóstico efectuado con base a la Norma NTC ISO 9001: 2015 la cual permitirá la mejora continua del sistema de gestión de calidad de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S?
- ¿De qué manera se deben estructurar las acciones para aplicar diferentes herramientas y documentación necesaria para permitir la mejora continua del sistema de gestión de calidad de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar de un modelo del sistema de gestión de calidad para la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S bajo la norma NTC ISO 9001:2015

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un diagnóstico para la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S con base a lo estipulado en la NTC ISO 9001:2015.
- Plantear acciones y estrategias que permitan disminuir las debilidades y falencias halladas en el diagnóstico realizado con base a la NTC ISO 9001: 2015.
- Estructurar la documentación necesaria, que permita la mejora continua del sistema de gestión de calidad de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S.

3. JUSTIFICACIÓN

Las exigencias de un mundo globalizado, y cada vez más interdependiente, obliga a las naciones y sus actores, en todos los ámbitos, a mantenerse en un alto nivel competitivo, asimismo, en consecuencia de la actual emergencia sanitaria a nivel mundial, originada por la pandemia del COVID -19 las organizaciones atraviesan un reto, el cual les exige ser innovadoras y adversarias para posicionarse en el mercado actual, esto por cuanto los consumidores han cambiado sus hábitos y pensamientos, lo cual genera un gran impacto en las industrias.

El sistema de gestión de la calidad guía a la organización para analizar las necesidades del cliente, motivar y preparar mejor a los empleados, definir y controlar los procesos de producción y servicio. Actualmente las empresas se enfrentan a demandas de rentabilidad, calidad y tecnología que, de una u otra manera, atribuyen al desarrollo sostenible.

La propuesta de esta investigación, consiste en diseñar e implementar un modelo con base al sistema de gestión de calidad para la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S bajo la norma NTC ISO 9001:2015 con el fin, de evaluar y analizar mediante las diversas herramientas de gestión de calidad, las posibles debilidades y falencias que se puedan convertir en ventajas que permitan transformar a la organización en una compañía competitiva y capaz de lograr su objetivo, al margen de la calidad total.

Esta investigación tendrá diferentes fases, en las cuales se identificarán áreas que necesitan mejora inmediata y se determinará el alcance de la investigación. Por lo anterior, se realizará un diagnóstico, con el fin de percibir y analizar el estado actual de la promotora de eventos. Asimismo, se evaluará si sus procedimientos operativos e indicadores tienen marcas claras para medir el desempeño de sus procesos. Finalmente, estará la etapa de planificación, donde los resultados del diagnóstico se utilizarán para diseñar medidas de mejora para incrementar la mejora de procesos.

Asimismo, es importante traer a colación que, teniendo en cuenta el estudio y ejecución de este proyecto, podremos impartir los conocimientos percibidos en el proceso de formación como especialistas en Administración y Gerencia de Sistemas de la Calidad, e igualmente se apliquen a futuro en un campo laboral.

CAPÍTULO II

4. MARCO CONCEPTUAL

El presente marco conceptual inicialmente aborda qué es un sistema de gestión de calidad, seguido de la satisfacción del cliente la cual es el eje fundamental para implementar el sistema, este concepto es de vital importancia al igual que la mejora continua, puesto que siempre se debe actualizar y mejorar el sistema. Finalmente, la optimización de recursos y la competitividad como factores clave de éxito organizacional son descritas en el siguiente apartado.

4.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

“Un sistema de gestión de calidad o también conocido como SGC, es una herramienta perfecta para aquellas organizaciones que desean que sus productos y servicios cumplan con los máximos estándares de calidad y así lograr y mantener la satisfacción de sus clientes.”⁴ Lo anterior se debe realizar bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permite lograr ventajas competitivas. De acuerdo con la ISO 9001 DEL 2015, el SGC comprende actividades mediante las que la organización identifica sus objetivos y determina los procesos y recursos requeridos para lograr los resultados deseados.⁵

En efecto, este sistema permite analizar las consecuencias de las decisiones a largo y corto plazo, por medio de la alta dirección cuyo objetivo será la satisfacción del cliente, acciones que permiten una mejora continua a nivel de la actualización y optimización de los diferentes servicios prestados.

4.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Philip Kotler, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"⁶. En este sentido, la satisfacción del cliente permite delegar pasos más allá de la entrega de un producto o servicio, dado que, se puede agregar valor en el curso normal de las operaciones de la compañía permitiendo cumplir con las necesidades y estándares que espera el cliente de la organización.

⁴ ISOTOOLS 2021.

⁵ ISO 9001 DEL 2015

⁶ KOTLER P. Dirección de Mercadotecnia. Citado por THOMPSON, Iván. La satisfacción del cliente. Rev Med (Bolivia), 2005, vol. 6, p. 31.

La satisfacción está ligada a las expectativas que el cliente tiene sobre el producto o servicio, expectativas generadas de acuerdo con las necesidades, los antecedentes, el precio, la publicidad, la tecnología, etcétera.

Existen algunos estudios en los cuales se investiga la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, lo cual soporta la pertinencia de abordar e implementar la aplicación de estrategias de calidad de servicio al cliente mediante un manual. Para ello, en el caso de mercados de turismo y comida, actualmente se cuenta con herramientas como “el Merchandising, Neuromarketing entre otras técnicas modernas que por su carácter dinámico se adaptan perfectamente al sector”⁷.

4.3. MEJORA CONTINUA

Según la ISO 9000:2015, la mejora continua es una actividad recurrente para mejorar el desempeño⁸. Este va de la mano con los requisitos, la necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria. Por lo cual, los procesos efectuados dentro de una organización, deben ser revisados, analizados, con el fin de adecuarlos y minimizar o mitigar los errores y falencias permanentemente. Este principio señala que la calidad no es un hito a conseguir, sino un objetivo permanente.

Así mismo, SALAZAR ⁹, señala que la mejora continua sugiere que la empresa debe estar orientada a procesos tanto verticales, horizontales como transversales, en esta línea, el “ciclo de Deming” o también llamado Ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar) constituye una herramienta imprescindible para la calidad y el mejoramiento continuo.

4.4. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS:

La optimización de los recursos es un concepto que define la forma de potenciar y mantener resultados, productos o repercusiones equitativos y de calidad con un volumen de recursos determinado, en este sentido, la estandarización permite que los procesos de producción o prestación de servicios en diferentes centros o unidades de producción se realicen bajo los mismos parámetros de control.

⁷ CASTAÑEDA VASQUEZ, Yasmy Fiorella. Calidad de Servicios para Mejorar la Satisfacción del Cliente en el Restaurante “El Cantaro”, Lambayeque 2017. 2019.

⁸ Norma ISO 9000 DE 2015

⁹ SALAZAR, Juan, et al. Diagnóstico de la aplicación del ciclo PHVA según la ISO 9001: 2015 en la empresa INCARPALM. 593 Digital Publisher CEIT, 2020, vol. 5, no 6, p. 459-472.v

Igualmente se debe tener presente que “La evolución de los modelos de gestión de la calidad en las organizaciones empresariales aporta una visión que justifica la necesidad de un núcleo de gestión que actúe y permita optimizar sus recursos. El futuro pasa, sin duda, por el establecimiento de sistemas de calidad que aseguren las prestaciones de los recursos en función de los requerimientos de la sociedad en general.”¹⁰

4.5. COMPETITIVIDAD

Actualmente las organizaciones sobreviven y son exitosas siempre y cuando estén a la vanguardia en diferentes procesos, por ello Rodríguez y Rodríguez manifiestan que “los cambios continuos que enfrentan las organizaciones les exigen estrategias efectivas para poder mantenerse latentes en el tiempo. A su vez, las están obligando a identificar y desarrollar ventajas competitivas que les permitan ofrecer servicios y/o productos de alta calidad”¹¹

Por su parte, Díaz., afirma que existen dos elementos que determinan realmente la competitividad, uno es el nivel microeconómico que incluye la capacidad de la empresa para captar el mercado, actitud de vender aquello que es producido y la capacidad para mantener o incrementar de forma sostenida su cuota en el mercado; y la segunda es el nivel macroeconómico el cual incluye la capacidad de un país para participar en los mercados, la actitud del país para enfrentar la competencia, alcanzando los objetivos centrales de políticas económicas¹².

Lo anterior son factores muy importantes para tener en cuenta como organización ya que se debe evaluar y analizar la competencia de una forma congruente, que permita mitigar riesgos y actualizar procesos idóneos para perdurar en el tiempo como una empresa de calidad.

¹⁰ AGUILAR, J., et al. Calidad y gestión de recursos costeros. *V Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos*, 2000, vol. 2. +

¹¹ RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ. Pensamiento Estratégico como Perspectiva para la Gerencia en las Organizaciones del siglo XXI. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo*. 2017.

¹² DÍAZ, A. Divergencia Regional en los Niveles de la Productividad Sectorial del Trabajo y la Productividad Total Factorial. *Revista Comercio Exterior*. 2007 Citado por RAMÍREZ MOLINA, Reynier Israel; AMPUDIA SJOGREEN, Diana Marcela. Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. 2018.

5.MARCO TEÓRICO

En los últimos años se ha asociado e incorporado, de manera acertada que independientemente el sector la gestión de calidad, la competitividad y la mejora continua son factores muy importantes para la permanencia y expansión en el mercado. Por ello las entidades apuntan a la plena Satisfacción de los clientes a través de diferentes teorías de calidad, el desarrollo de herramientas, modelos y sistemas que mejoren sus diversos procesos, con el fin de satisfacer a las diferentes partes interesadas de la entidad, lo anterior va de la mano y se ejecuta mejor con la planeación estratégica la cual juega un papel muy importante en todo el proceso de implementación del sistema.

5.1 GESTIÓN DE CALIDAD

La gestión de calidad en la actualidad resulta una estrategia que permite fomentar la competitividad empresarial, visualizando la empresa como un conjunto de procesos interrelacionados; de manera que, el éxito de una organización se sustenta en la capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes y partes interesadas.¹³ Igualmente es importante tener presente como bien menciona Franch y Guerra “El desarrollo sostenido se puede lograr mediante: la gestión eficaz de la organización, la toma de conciencia, el aprendizaje y a través de la aplicación de prácticas de mejora continua”¹⁴

De acuerdo a lo expresado por Rivas y Ángel “El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es aquella parte relacionada con la calidad; y es una herramienta de apoyo que permite formar una estructura organizativa de fácil manejo mediante el diseño de procesos y subprocesos. El proceso de gestión debe ser sistémico, y por consiguiente, medir la satisfacción del cliente, de acuerdo a sus propios criterios y respetando su individualidad”.¹⁵

A continuación, se describen aspectos importantes dentro de la gestión de la calidad:

¹³ FRANCH LEÓN, Katia; GUERRA BRETANA, C. Las normas ISO 9000: una mirada desde la gestión del conocimiento, la información, innovación y el aprendizaje organizacional. *Cofín Habana*, 2016, vol. 10, no 2, p. 29-54.

¹⁴ Ibid

¹⁵ RIVAS, A., & ANGEL, M. (2019). Los principios de calidad de Deming en las áreas protegidas del Ecuador. *Gran Tour: Revista de investigaciones turísticas* (20), 91-108. Citado por SALAZAR, Juan, et al. Diagnóstico de la aplicación del ciclo PHVA según la ISO 9001: 2015 en la empresa INCARPALM.

Sánchez en el 2017 señala que el proceso de gestión de la calidad está conformado por cinco etapas, las cuales son a. Inspección, en la cual se cuida la calidad de los productos o servicios; b. Control estadístico del proceso, donde se identifica la importancia de la observación en el proceso de calidad, con el fin de controlarlo y mejorarlo; c. Aseguramiento de la calidad, en esta etapa se percibe la necesidad de asegurar la calidad del producto o servicio en todo su ciclo; d. Calidad total, es el momento en que la calidad impregna cada proceso de la empresa como estrategia para garantizar éxito frente a los competidores comerciales; e. Integración, implica la integración y el engranaje de los distintos sistemas de gestión implementados en la empresa.¹⁶

5.2 DIAGNÓSTICO DE GESTIÓN DE CALIDAD

“Un **diagnóstico de gestión** es un proceso de evaluación de la **gestión** de una determinada organización contrastándolo con los requisitos que figuren en una norma o en los requisitos de la propia organización”¹⁷. Es de vital importancia la realización del anterior para conocer la situación inicial y poder ver las diferentes necesidades y/o requerimiento que necesita la organización para contar con la correcta implementación del sistema de que desea.

Herramienta DOFA

Como afirma Amaya Elaica¹⁸, toda empresa o entidad cuenta con unos factores internos y externos que interactúan con el crecimiento de la misma, es por esto que se analiza cada uno de los factores y así mismo las estrategias que se considera la empresa debe implementar para el ciclo de la mejora continua. Por ende, es muy importante realizar diagnósticos y el uso de herramientas apoyado por la alta dirección de la Organización para que sea un proceso práctico y minimice riesgos para que no falte información y pueda alterar la misma.

Una herramienta para la ejecución del diagnóstico es la DOFA, puesto que “se hace importante conocer las variables competitivas que a partir de esta herramienta se pueden observar y que hacen parte esencial de los procesos encaminados a la mejora institucional.”¹⁹ Gracias al uso correcto de la anterior, esta muestra la

¹⁶ SANCHEZ CORTEZ, J. (2015). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga - España. Citado por TRONCOS, Edwin Ronal. *La gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro restaurant cevichería de Av. Don Bosco de la ciudad de Piura–distrito de Piura año 2020*.

¹⁷ LEYVA MOLINA, Natalia Alejandra, et al. *Levantamiento de procesos y procedimientos de la empresa Aviles Confecciones SAS basado en la NTC 9001: 2015*. 2019. Tesis de Licenciatura. Universidad de Ibagué.

¹⁸ AMAYA ELAICA, Joham Camilo. *PASANTÍA EMPRESARIAL AUXILIAR DE INGENIERÍA EN LA EMPRESA ASESORÍA Y CONSULTORÍA ESTRUCTURAL SAS*.

¹⁹ CANTILLO-TORRADO, Cinthya María; IRREÑO-PALMA, Daily Carolina; LOMBANA, Jahir. *Potencial de internacionalización de una empresa de distribución farmacéutica colombiana a*

realidad de la organización, por ello una vez encontrados los factores internos: fortalezas y debilidades al igual que los factores externos: oportunidades y amenazas se debe realizar un cruce entre ellas y determinar las mejores estrategias que convengan a la organización con el fin de tener un paso a seguir y/o metas a cumplir para realizar las mejoras correspondientes.

5.3 TEORÍAS DE CALIDAD

Distintos autores han realizado propuestas para abordar el tema de calidad en las empresas y organizaciones, las cuales aportan distintas visiones y elementos para el momento de aplicación de calidad, a continuación, se exponen algunas teorías.

Teoría de la calidad total

Según Lozano la teoría fue propuesta por Edwards Deming y parte del principio de que todo proceso es variable y cuanto menor sea la variabilidad del mismo, mayor será la calidad del producto o servicio. De manera que propone los 14 puntos de Deming, los cuales fueron la base para la modificación de la industria americana y son:

- Crear constancia en la mejora de productos y servicios, con el objetivo de ser competitivo y mantenerse en el negocio, además proporcionar puestos de trabajo.
- Adoptar una nueva filosofía de cooperación en la cual todos se benefician, y ponerla en práctica enseñándola a los empleados, clientes y proveedores.
- Desistir de la dependencia en la inspección en masa para lograr calidad. En lugar de esto, mejorar el proceso e incluir calidad en el producto desde el comienzo.
- Terminar con la práctica de comprar a los más bajos precios. En lugar de esto, minimizar el costo total en el largo plazo. Buscar tener un solo proveedor para cada ítem, basándose en una relación de largo plazo de lealtad y confianza.
- Mejorar constantemente y por siempre los sistemas de producción, servicio y planificación de cualquier actividad. Esto va a mejorar la calidad y la productividad, bajando los costos constantemente.
- Establecer entrenamiento dentro del trabajo (capacitación).
- Establecer líderes, reconociendo sus diferentes habilidades, capacidades y aspiraciones. El objetivo del supervisor debería ser ayudar a la gente, máquinas y dispositivos a realizar su trabajo.
- Eliminar el miedo y construir confianza, de esta manera todos podrán trabajar más eficientemente.
- Borrar las barreras entre los departamentos. Abolir la competición y construir un sistema de cooperación basado en el mutuo beneficio que abarque toda la organización.

destinos seleccionados¹ Potential of Internationalization of a Colombian pharmaceutical distribution company to selected destinations. *Magister*, 2019, vol. 5040, p. 0534.

- Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas pidiendo cero defectos o nuevos niveles de productividad. Estas exhortaciones solo crean relaciones de rivalidad, la principal causa de la baja calidad y la baja productividad reside en el sistema y este va más allá del poder de la fuerza de trabajo.
- Eliminar cuotas numéricas y la gestión por objetivos.
- Remover barreras para apreciar la mano de obra y los elementos que privan a la gente de la alegría en su trabajo. Esto incluye eliminar las evaluaciones anuales o el sistema de méritos que da rangos a la gente y crean competición y conflictos.
- Instituir un programa vigoroso de educación y auto mejora.
- Poner a todos en la compañía a trabajar para llevar a cabo la transformación. La transformación es trabajo de todos.²⁰

Trilogía de Juran

De acuerdo con Juran existen dos clases de calidad: La adecuada para utilización o uso y conformidad con especificaciones. Es decir que un producto puede estar fabricado de acuerdo con las especificaciones técnicas, pero su uso puede llegar a representar un grave riesgo para la población. Este autor creó tres pasos que se deben seguir para conseguir la mayor calidad posible en todas las empresas y son los siguientes:

- Planificar la calidad: saber quiénes son los clientes y qué necesitan concretamente, desarrollar un producto que satisfaga esas necesidades, planear cómo se va a llevar a cabo ese producto y comunicar este plan al equipo encargado de producirlo.
- Control de calidad: supervisar que efectivamente se está realizando de la mejor manera; teniendo en cuenta el comportamiento del producto en el mundo real, las especificaciones previas y trabajar para eliminar las diferencias.
- Mejora de la calidad: una vez que se haya creado un producto se deben llevar a cabo una serie de pasos para asegurar que la próxima vez el proceso vaya a ser todavía más eficaz, los cuales consisten en, crear la infraestructura que permita la mejora, identificar puntos concretos en los que puede haber un aumento de la calidad, asignar un equipo de expertos a esta tarea, y proporcionarles todos los recursos y formación que puedan necesitar para llevar la calidad del producto creado al siguiente nivel.²¹

Las anteriores son teorías muy importantes para el desarrollo del sistema, igualmente cabe resaltar que existen otras teorías, sin embargo, las herramientas y

²⁰ LOZANO CORTIJO, Luis. ¿Qué es calidad total?. Revista médica herediana, 1998, vol. 9, no 1, p. 28-34.

²¹ RUGEL KAMAROVA, Susana; CHACÓN CANTOS, Javier. Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. Artículo de revisión. 2018.

elementos de estas son clave para la implementación y mejora continua de cualquier sistema.

5.4 TEORÍA DE LA MEJORA CONTINUA

Centrarse en el propósito de estos tres principios proceso, cliente y mejora continua, el cual inicia con teorías que describen y respaldan su importancia, y luego permite comprender cómo la organización puede beneficiarse o verse afectada por un comportamiento correcto o correcto en la práctica. Por lo cual, esta investigación argumentativa intenta defender el entorno la gestión de procesos como método eficaz y eficiente para orientar a la organización éxito.²²

La mejora continua hace referencia al mismo llamado Ciclo PHVA o Circulo de Deming el cual puede describirse de la siguiente manera:

Planificar: establecer los objetivos del sistema, sus procesos y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados deseados, así como abordar los riesgos y las oportunidades.

Hacer: implementar lo planificado

Verificar: realizar el seguimiento, la medición de los procesos, productos o servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar los resultados;

Actuar: tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.²³

Los anteriores pasos son fundamentales en toda la implementación de cualquier sistema son los pasos necesarios para la mejora continua de los diferentes procesos organizacionales.

5.5 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

De acuerdo con Ancín la planificación estratégica es el proceso de establecer una dirección para la organización de una empresa, donde se evalúa el estado actual y hacia dónde va.

De esta manera, se establece la misión, visión, valores, los objetivos a largo plazo y los planes de acción que utilizará para alcanzarlos.

²² BERNAL ZIPA, Mónica María. Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente. 2015

²³ NORMA ISO 9001 DE 2015

En este sentido, la planificación estratégica desempeña un papel fundamental en el crecimiento y el éxito de la empresa, al indicar la mejor forma de aprovechar las oportunidades y manejar cualquier desafío.²⁴

Igualmente es muy importante que independiente del contexto de la organización, la planeación estratégica según Sainz, es el proceso que arranca con la aplicación de un método para obtener el plan estratégico. Permite a la organización ser competitiva en un entorno cada vez más inclinado al cambio.”²⁵

Respecto a las características de la planeación estratégica, Mintzberg y Quinn plantean:

- Visión Holista. Constituye la visión de conjunto, donde se ven las partes en función del todo, por lo cual permite que se tengan en cuenta todas las variables que involucradas en el funcionamiento organizacional.
- La visión a largo plazo, lo cual actúa como factor motivacional, a la vez que permite establecer el rumbo de la organización, contribuyendo así a la aproximación de la visión.
- Define todos los objetivos específicos necesarios para el logro de un objetivo general. Si se tiene un problema central que resolver, se analizan todas las causas, eliminando la idea que existe una sola causa sino una suma de ellas, y por lo tanto la solución pasa por la suma de soluciones.
- Permite lograr objetivos de mayor impacto y duraderos en el tiempo, consolidación de la empresa y la aproximación a objetivos superiores y no limitados como son las metas u objetivos a corto plazo, si bien está compuesta de ellas.
- La interrelación con el contexto es sumamente importante a través de la definición de vasos comunicantes con él mismo. Gracias a la evaluación y seguimiento continuos, se pueden identificar los cambios a ser introducidos en el plan, respondiendo a la nueva realidad.²⁶

Las anteriores son directrices mínimas para tener en cuenta al momento de la realización, igualmente se debe tener presente que la planeación estratégica es un proceso que no solo involucra la parte directiva sino debe nacer de una necesidad real que involucre a todas las partes de la organización para que su funcionamiento sea efectivo y eficaz al momento de su implementación

²⁴ RIERA GUTIÉRREZ, Lorena Betsabé. Modelo de planeación estratégica para la empresa “Talleres Pesántez”. 2021. Tesis de Licenciatura. Universidad del Azuay.

²⁵ SAINZ de Vicuña Ancín, J. M. El plan estratégico en la práctica. Madrid: ESIC EDITORIAL, citado por RODRÍGUEZ, Miguel Ángel Palacios. Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 2020, vol. 11, no 2, p. e2756 - e2756

²⁶ MINZTBERG; QUINN, The Strategic Process. 2015. México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. DISPONIBLE en <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/299>

6. MARCO LEGAL

Tabla 1 Marco Legal

LEGISLACIÓN	ÓRGANO EMISOR	TEMÁTICA	ARTÍCULOS
Capítulo II ²⁷	Constitución Política Colombia de 1991	De los derechos sociales, Económicos y Culturales	Artículo 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.
Capítulo III ²⁸	Constitución Política Colombia de 1991	De los derechos colectivos y del ambiente	Artículo 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.
Capítulo IIV ²⁹	Constitución Política Colombia de 1991	De la protección y aplicación de los derechos	Artículo 83. Las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas. Artículo 84. Cuando un derecho o una actividad hayan sido reglamentados de manera general, las

²⁷ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 57. [en línea], [Consultado el 14 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2>

²⁸ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 78. [en línea], [Consultado el 14 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-78>

²⁹ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 83-84. [en línea], [Consultado el 14 de noviembre del 2021]. <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-4>

			autoridades públicas no podrán establecer ni exigir permisos, licencias o requisitos adicionales para su ejercicio
Capítulo ³⁰	Constitución Política Colombia de 1991	De las Disposiciones generales	Artículo 333 La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.
LEYES			
Ley 100: diciembre 23 de 1993 ³¹	Congreso de la República	Se establece el sistema de seguridad social e integral y se dictan otras disposiciones.	Artículo 3. Del derecho a la seguridad social. Artículo 7. Ámbito de acción. Artículo 8. Conformación del sistema de seguridad social integral. Artículo 15. Afiliados. Artículo 17. Obligatoriedad de las cotizaciones.
Ley 1610: enero 02 de 2013 ³²	Congreso de la República	Regulación de algunos aspectos sobre las inspecciones del trabajo y los acuerdos de formalización laboral.	Artículo 15. Condiciones y requisitos.

³⁰ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 333. [en línea], [Consultado el 29 de marzo del 2022].
<https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

³¹ SECRETARIA DEL SENADO. Ley 100 de 1993[en línea], [Consultado el 14 de noviembre de 2021]. Disponible en:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0100_1993.html

³² SECRETARIA DEL SENADO. Ley 1610 DE 2013[en línea], [Consultado el 14 de noviembre de 2021]. Disponible en:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_01613_2013.html

Ley 9 DE 1979 ³³	Ministerio de Salud	De la Protección del Medio ambiente	Artículo 1. Para la protección del Medio Ambiente la presente Ley establece: a) Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar u mejorar las condiciones necesarias en lo que se relaciona a la salud humana; b) Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.
Ley 1562 DE 2012 ³⁴	Congreso de Colombia		"Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional".
Ley 1581 de 2012 ³⁵	Congreso de Colombia	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.

³³ SECRETARIA DEL SENADO. Ley 9 DE 1979 [en línea], [Consultado el 29 de marzo de 2022]. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0009_1979.html#1

³⁴ Congreso de Colombia. Ley 1562 de 2012. [en línea], [Consultado el 29 de marzo del 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley-1562-de-2012.pdf>

³⁵ Función Pública. Ley 1581 de 2012. [en línea], [Consultado el 29 de marzo del 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,el%20art%C3%ADculo%2015%20de%20la>

DECRETOS			
Decreto 679 DE 2016 ³⁶	Ministerio de Gobierno	Regulación en el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos	“La Constitución Política establece que la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público para su comercialización. Así mismo, el mencionado artículo determina la responsabilidad de quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios atenten contra la salud, la seguridad de los consumidores y usuarios” “Por la cual se establece procedimiento que regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público para su comercialización. Así mismo, el mencionado artículo determina la responsabilidad de quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios atenten contra la salud, la seguridad de los consumidores y usuarios”
Decreto 1072 de 2015 mayo 26 ³⁷	Ministerio de Trabajo	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo	Capítulo 2 de la inspección, vigilancia y control sobre la tercerización laboral Título 4 riesgos laborales capítulo 1 disposiciones generales en riesgos laborales

³⁶ SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN INFORMATIVA. Decreto 676 del 2016. [en línea], [Consultado el 14 de noviembre de 2021]. Disponible en: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30021632>

³⁷ Ministerio De. Decreto 1072 de 2015. [en línea], [Consultado el 29 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/DUR+Sector+Trabajo+Actualizado+a+15+de+abril++de+2016.pdf/a32b1dcf-7a4e-8a37-ac16-c121928719c8>

Decreto 1607 DE 2002 ³⁸	Ministerio de Trabajo y Seguridad Social		“Por el cual se modifica la Tabla de Clasificación de Actividades Económicas para el Sistema General de Riesgos Profesionales y se dictan otras disposiciones”
Decreto 838 DE 2005. ³⁹	PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA		“promover y facilitar la planificación, construcción y operación de sistemas de disposición final de residuos sólidos, como actividad complementaria del servicio público de aseo, mediante la tecnología de relleno sanitario”
Decreto 676 de 2020 ⁴⁰	Ministerio de trabajo	Incorpora una enfermedad directa a la tabla de enfermedades laborales y se dictan otras disposiciones.	SECCIÓN II: GRUPO DE ENFERMEDADES PARA DETERMINAR EL DIAGNÓSTICO MÉDICO PARTE A. ENFERMEDADES LABORALES DIRECTAS 1. Asbestosis. 2. Silicosis. 3. Neumoconiosis del minero de carbón. 4. Mesotelioma maligno por exposición a asbesto. 5. COVID-19 Virus identificado – COVID-19 Virus no identificado

³⁸ Ministerio De Trabajo y Seguridad Social. Decreto 1607 de 2002. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021].

³⁹ PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. DECRETO 838 DE 2005. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021].

⁴⁰ Ministerio De Trabajo. Decreto 676 de 2020. [en línea], [Consultado el 29 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20676%20DEL%2019%20DE%20MAYO%20DE%202020.pdf>

Decreto 1317 de 2013 ⁴¹	Presidente de la república de Colombia	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012, Derogado Parcialmente por el Decreto 1081 de 2015.	Artículo 1°. Objeto. El presente Decreto tiene como objeto reglamentar parcialmente la Ley 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
Código sustantivo del trabajo: 2011 ⁴²	Ministerio de protección social – Colombia	Principios generales.	Artículo 6. Trabajo ocasional. Artículo 7. Obligatoriedad del trabajo. Artículo 8. Libertad de trabajo. Artículo 9. Protección al trabajo. Artículo 10. Igualdad de los trabajadores. Artículo 11. Derecho al trabajo. Título 1. Contrato individual del trabajo: Capítulo I: Definición y normas generales; Artículo 27. Remuneración del trabajo. Capítulo IV. Modalidades de trabajo; Artículo 39. Contrato escrito. Artículo 46. Contrato a término fijo. Artículo 47. Duración Indefinida. Capítulo VI. Terminación del contrato de trabajo; Artículo 61. Terminación del contrato.

⁴¹ Presidente de la República Decreto 1317 de 2013. [en línea], [Consultado el 29 de marzo de 2022]. Disponible en <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53646>

⁴² CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. [en línea], [Consultado el 29 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/1539/CodigoSustantivodelTrabajoColombia.pdf>

Resolución No. 2184 de 2019 ⁴³	Congreso de la República	Por el cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referente a los residuos y los desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones.	Capítulo I. Objetos, principios, prohibiciones, tráfico e infraestructura; Artículo 10. Objeto Artículo 20. Principios. Artículo 40. Prohibición.
CONVENIOS			
Convenio C172 de 1991 ⁴⁴	Organización Internacional del Trabajo	Convenio sobre las condiciones de trabajo (hoteles, restaurantes y establecimientos similares)	Tomando nota de que, dadas las condiciones particulares en que se desarrolla el trabajo en los hoteles, restaurantes y establecimientos similares, es conveniente mejorar la aplicación de dichos convenios y recomendaciones en estas categorías de establecimientos y complementarlos con normas específicas, para que los trabajadores interesados puedan gozar de una situación acorde con el papel que desempeñan en estas categorías de establecimientos en rápida expansión y para atraer a nuevos trabajadores a los mismos, mejorando así las condiciones de trabajo, la formación y las perspectivas de carrera
NORMAS			
NTC-ISO 9001 de 2015	ICONTEC	Requisitos	Estándares del sistema de control de calidad de las organizaciones y requisitos.

⁴³ SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN INFORMATIVA. Ley 1552 del 2008[en línea], [Consultado el 14 de noviembre de 2021]. Disponible en: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1676182#:~:text=LEY%201252%20DE%202008&text=por%20la%20cual%20se%20dictan,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones>.

⁴⁴ Organización internacional de trabajo. C172 1991. [en línea], [Consultado el 1 de junio de 2022]. Disponible en: https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312317

7.MARCO REFERENCIAL

7.1 TURISMO

El turismo es un fenómeno económico, social y cultural que engloba una serie de actividades interrelacionadas para satisfacer la demanda de necesidades de los turistas por medio de las diferentes ofertas de servicios, La forma en que ha sido visualizado el turismo, le otorga gran relevancia al mismo y a sus distintas modalidades entre ellas el ecoturismo, turismo rural, etnoturismo, turismo de aventura, agroturismo, acuturismo y turismo metropolitano, todos ellos dependiendo de la finalidad del turismo, dado que se puede tratar de un turismo cultural, turismo de bienestar o turismo científico, casi todos se destacan porque es un servicio prestado en zonas destinadas para compartir experiencias turísticas que suscitan la protección del ambiente, el bienestar de los habitantes de la región y la conservación de los recursos naturales. ⁴⁵

Es un sector en constante crecimiento, por ende se referencia el caso de éxito de Ecuador, del Hotel “San Francisco”, cantón Daule, provincia del Guayas, empresa que se dedica a la comercialización de servicios de alojamiento, restauración y salón para eventos sociales y empresariales” ⁴⁶ donde realizan e implementan herramientas de calidad junto con la realización de la capacitación como punto clave para el mejoramiento de los procesos.

7.2 ATENCIÓN AL CLIENTE

De acuerdo con Godoy Jenny ⁴⁷ la atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios, de manera que las empresas deben adaptarse a posibles cambios en su sector, según el entorno económico, social y político.

Para la correcta implementación de sistemas de gestión de calidad cabe mencionar que “dentro de una empresa se debe manejar una cultura organizacional centrada

⁴⁵ COLOMBIA, D. T. de N. en. (2012). Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia. Diagnóstico Turismo de Naturaleza En Colombia.

⁴⁶ BENALCÁZAR M, Kenya Génesis. Programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel San Francisco, cantón Daule, provincia del Guayas. 2016.

⁴⁷ NAJUL G, Jenny El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana* [en línea]. 2011, 4(8), 23-35[fecha de Consulta 17 de noviembre de 2021]. ISSN: 1856-9099.

en la misión y visión de la misma, donde los trabajadores y los que la integran reflejan una cultura de valores arraigados a los objetivos, ya que todos deben enfocarse en los hábitos, normas, valores propios de la empresa y sobre todo las experiencias que se deben generar dentro de este entorno.”⁴⁸

Esta misma autora insiste en la importancia de que la atención al cliente sea de la más alta calidad, información veraz, concreta y precisa, con un nivel de atención adecuado para que los clientes reciban la información. Para ello, el capital humano que está en contacto directo con el cliente debe tener la formación y capacitación adecuada, pues más del 20% de las personas que desisten de comprar un producto o servicio, lo hacen debido a fallas de información o de la atención no adecuada cuando se interrelacionan con el capital humano encargado de atender y motivar a los clientes.

7.3 CALIDAD DE SERVICIO

La calidad de servicio es el nivel de excelencia que la organización debe brindar para lograr satisfacer a sus clientes, es una característica que se muestra en el producto. El significado del vocablo calidad pasa a ser equivalente al significado de excelencia, visto de esta manera, se puede señalar que la calidad es el grado en un producto o servicio específico que satisface las necesidades del cliente, por lo cual la importancia de la calidad radica en la actualización de los procesos e integración nuevas tecnologías a los mismos.

Un ejemplo de estas empresas es J&S Catering Service, que implementa herramientas de mejoramiento de calidad, se clasifica como empresa de catering las cuales “brindan servicios exclusivos de buffets, coffee break, cocktail y recepciones, los mismos que son adquiridos por empresas públicas, privadas y reuniones familiares, generando de esta manera fuentes de trabajo para profesionales involucrados en el sector gastronómico y turístico, las mismas que crean ingresos económicos y mejoran la calidad de vida, tratando siempre de satisfacer las necesidades de los clientes”. ⁴⁹

Como Indica Betancourt, a través del mejoramiento continuo se logra ser más productivo y competitivo en el mercado al cual pertenece la organización, de allí que se deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe alguna modificación se proporcione a los trabajadores conocimientos actualizados que

⁴⁸ JARAMILLO PÉREZ, Romina Alejandra, et al. *Estudio de factibilidad de un salón de eventos y recepciones, Guaranda-Ecuador*. 2018. Tesis de Licenciatura. Quito. Disponible en: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/8009/1/141353.pdf>

⁴⁹ OROZCO SAMANIEGO, Maritza de los Ángeles. *Mejoramiento de la calidad y diversificación del servicio de la empresa J&S Catering Service*. 2011. Tesis de Licenciatura. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/9397/1/84T00081.pdf>

puedan perfeccionar o corregir tales transformaciones, y cuyos resultados conllevará a las empresas a crecer dentro del mercado hasta llegar a ser líderes.⁵⁰

⁵⁰ Betancourt, Eduardo La Planificación Estratégica del Capital Humano en el siglo XXI. Editado por el Dpto. de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Central de Venezuela, 2010, Caracas. Venezuela.

CAPÍTULO III

8.DISEÑO METODOLÓGICO

8.1. TIPO DE ESTUDIO

En el presente trabajo de investigación se utilizó un tipo de investigación mixta, en primer lugar, se realizó la fase cualitativa por medio de una encuesta a los clientes más frecuentes de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S., con el fin de comprender su percepción y nivel de satisfacción con respecto a la empresa.

8.2. DELIMITACIÓN

El proyecto se ejecutó en la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S., se elaboró el Diseño de un modelo del sistema de gestión de calidad para los procesos operativos S.A.S bajo la NTC ISO 9001:2015, a partir de agosto del 2021 hasta junio del año 2022.

8.3. FASE CUALITATIVA

Datos primarios

Para la recolección de estos datos aplicaremos el método de entrevista a profundidad, por medio de un formato de preguntas para poder cumplir los objetivos y en busca de la solución al problema, aplicando dicha entrevista al Gerente de la promotora de Eventos y Servicios Turísticos Germinar S.A.S.

Por medio de la plataforma digital llamada Google Forms se realiza un cuestionario del cual surge la encuesta que será dirigida a los clientes más frecuentes.

Datos secundarios

El principio de la presente investigación son los requisitos establecidos en la norma ISO 9001:2015 y la revisión bibliográfica que se realizó teniendo en cuenta artículos y documentos de la implementación de sistemas de calidad en hoteles, restaurantes y centros de eventos.

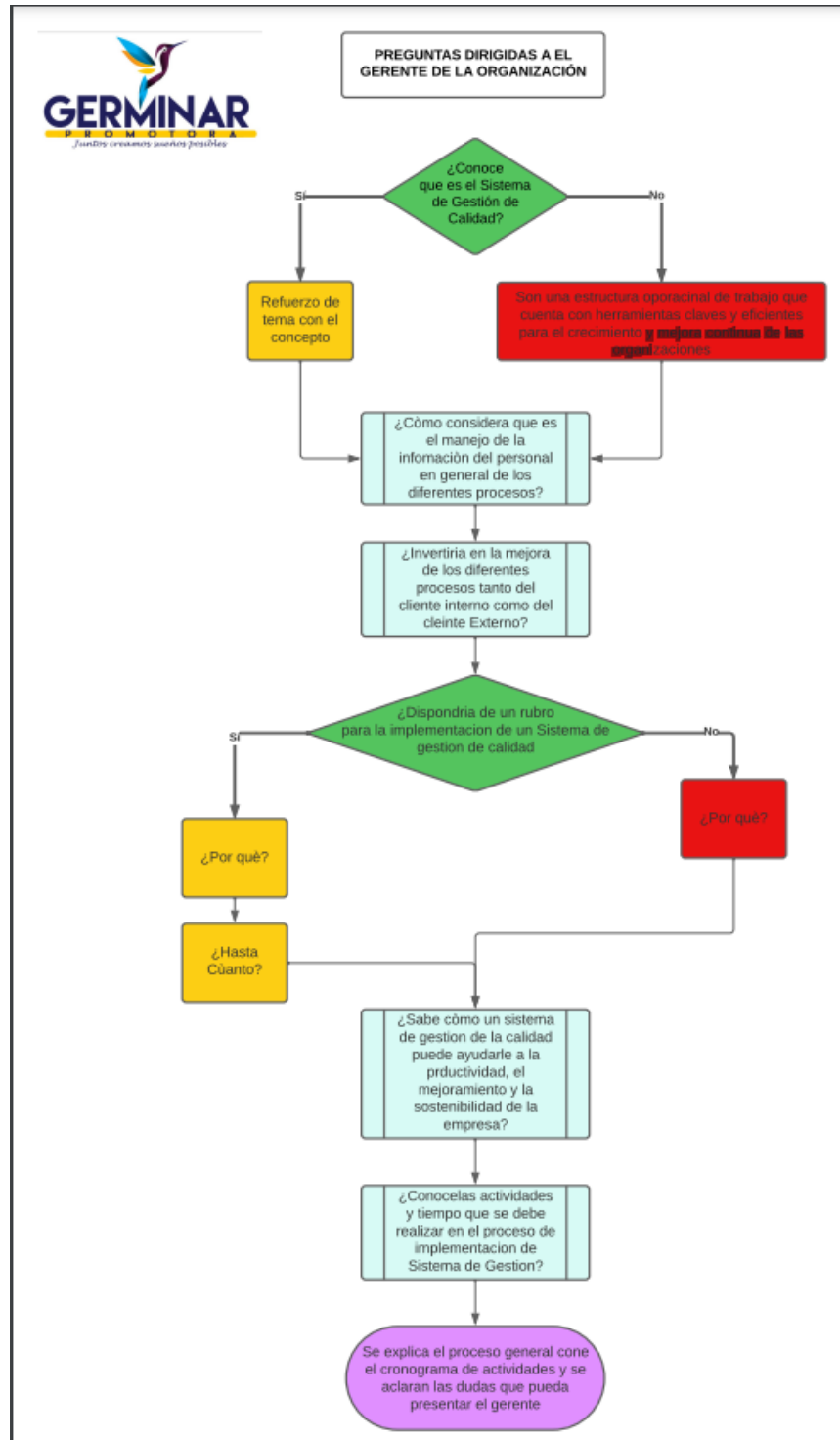
- Norma ISO 9001:2015 (ICONTEC)
- ¿Cómo se pueden beneficiar las empresas de construcción de la norma ISO 9001?

Objetivos

- Determinar la reacción del cliente después de recibir un servicio, (conforme o inconforme).
- Realizar seguimiento a los clientes más frecuentes con el fin de determinar los servicios más solicitados.
- Recoger información de los servicios nuevos más solicitados.
- Analizar las tendencias culturales según la región.

ARBOL DE PREGUNTAS DIRIGIDO A GERENTE

Ilustración 1 Árbol de Preguntas Dirigidos al Gerente



Fuente: Elaboración propia

8.4 FASE CUANTITATIVA

Para llevar a cabo la encuesta, se llamará con anterioridad a los clientes según base de datos de clientes más frecuentes y seguido de ello, se enviará al correo de cada uno de los clientes la encuesta donde se refuerza la disponibilidad de tiempo del cliente y de realizarla de manera voluntaria.

A continuación, se muestra el formato de la encuesta que se realizará en los meses de marzo a mayo del 2022, y se aplicará semestralmente para obtener el indicador.

Para llevar a cabo la realización de las encuestas fue necesario tener en cuenta el tamaño de la muestra para esto se utiliza una herramienta estadística con muestreo no Probabilístico, la fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

Se llevaron a cabo los siguientes cálculos.

Ilustración 2 Fórmula Tamaño de muestra

VARIABLES	VALOR
n	?
k	2
q	50
p	50
N	35
e	4

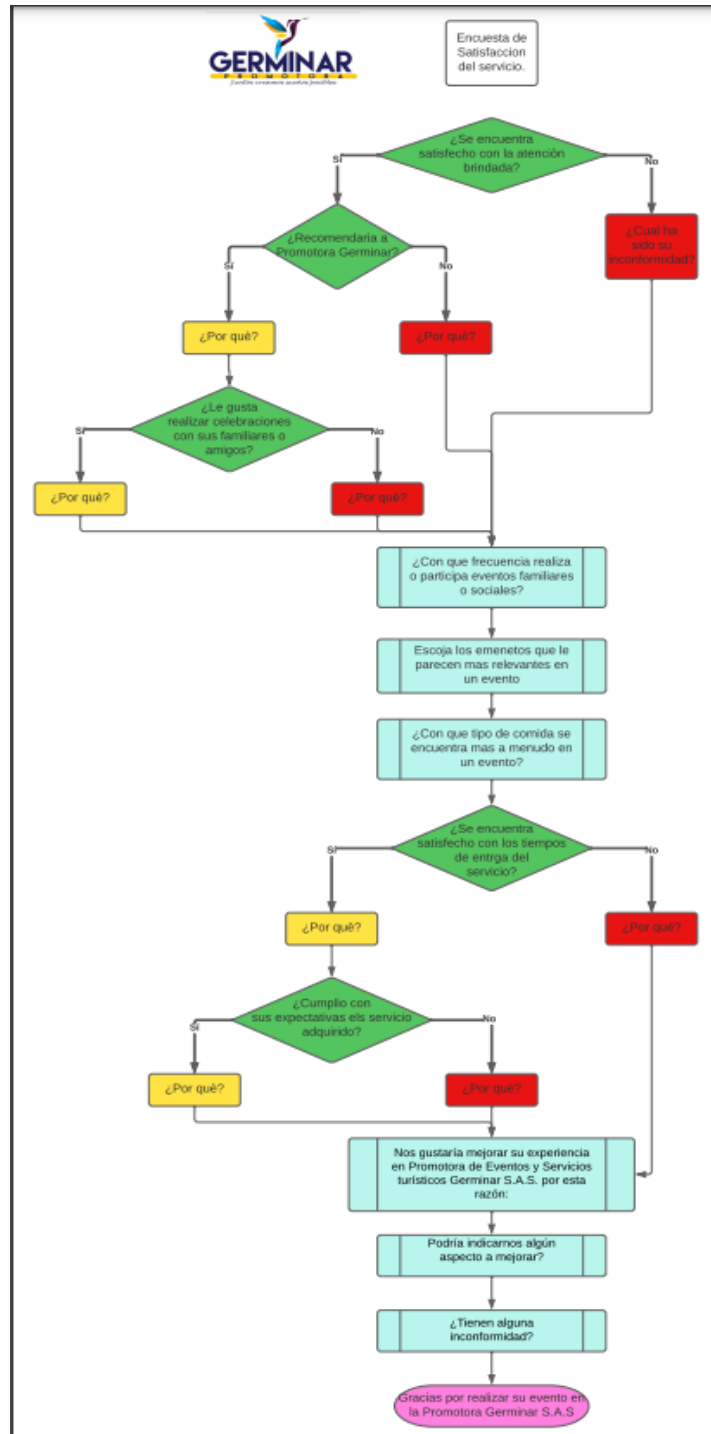
$$n = \frac{K^2 qpN}{e^2(N-1) + K^2 pq}$$

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{2^2 + 50 \cdot 50 \cdot 35}{4^2(35 - 1) + 2^2 \cdot 50 \cdot 50} = 33$$

Fuente: elaboración propia

ARBOL DE PREGUNTAS ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES

Ilustración 3 Encuesta realizada a los Clientes de la Promotora



Fuente: elaboración propia

CONSENTIMIENTO DE ACEPTACIÓN

La información que usted brinde será tratada de manera confidencial, esta herramienta ayudará a conocer la "satisfacción del cliente" de la PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS GERMINAR S.A.S y culminar el proyecto de investigación "DISEÑO DE UN MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS GERMINAR BAJO LA NTC ISO 9001:2015"; atendiendo lo consagrado en la Ley 1581 de 2012 y el artículo 6 del Decreto 1317 de 2013. "Política de Tratamiento de Datos Personales; manifiesto de manera expresa, libre, previa y debidamente informada que AUTORIZO a la UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA, para que mediante la presente encuesta efectúe tratamiento sobre los datos personales y sensibles aquí recolectados, Declaro además que he sido informado de los derechos de consulta, reclamo y rectificación que tengo como titular de mis datos personales conforme a los lineamientos de la Política de Tratamiento de Información Personal de la UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA, dispuesta para su consulta en el sitio web: www.ustatunja.edu.co, y de conformidad con ésta, mis datos personales podrán ser suprimidos cuando no exista deber legal o contractual de conservarlos.

DATOS PERSONALES

Nombres y Apellidos: _____

Cédula: _____

Género

- Masculino
- Femenino
- Otro

Rango de edad

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-65
- Más de 66

¿Cuál es su lugar de Residencia?

- Tunja
- Combita
- Oicatá

- Motavita
- Tuta
- Otros
- ¿Cual? _____

1ra SECCION: EXPERIENCIAS Y EXPECTATIVAS EN EVENTOS:

1. ¿Ha realizado eventos anteriormente, en otro salón de eventos?

- Si
- No

2. Si fue SI su respuesta ¿Cuál? _____

3. ¿Le gusta realizar celebraciones con sus familia o amigos?

- Si
- No
- ¿Por qué?

4. ¿Con qué frecuencia participa o realiza eventos sociales o familiares?

- Semanalmente
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

5. Califique de 1 a 5 donde (1) No es tan importante, (2) poco importante (3) indiferente, (4) importante y (5) Muy importante que elementos le parecen más relevantes en un evento.

- Comida y menaje
- Decoración
- Sonido y Luces
- Mobiliario y equipos
- Aseo

6. ¿Qué tipo de comida le gusta que ofrezcan en un evento?

- Comida Típica Colombiana

- Comida Gourmet (platos de elaboración refinada)
- Comida tipo Buffet (varias opciones en carnes, arroz y ensaladas)
- Otra

7. ¿Qué tipo de actividades adicionales quisiera encontrar cuando está en un evento?

- Zona de Juegos (juegos de mesa o canchas deportivas)
- Zona Selfies
- Animales
- Arte
- Animadores
- Pirotecnia
- Otros ¿Cuáles? _____

2DA SECCION: PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

8. ¿Está conforme con la asesoría brindada para realización de su evento?

- Si
- No
- ¿Por qué? _____

9. ¿Se encuentra satisfecho con los tiempos de entrega del servicio?

- Si
- No
- ¿Por qué? _____

10. Califique de 1 a 5 las instalaciones y zonas externas de la Promotora, donde (1) es Muy mala, (2) Insuficiente, (3) aceptable, (4) satisfactorio y 5 es Excelente)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

11. Califique de 1 a 5 la atención prestada por el personal de la Promotora Germinar (1) es Muy mala, (2) Insuficiente, (3) aceptable, (4) satisfactorio y 5 es Excelente)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

12. ¿El servicio obtenido cumplió sus expectativas? ¿Por qué?

Nos gustaría mejorar su experiencia en Promotora de Eventos y Servicios S.A.S por esta razón:

13. Califique su nivel de satisfacción con el servicio recibido en una escala del 1 al 5, Donde (1) muy insatisfecho, (2) poco satisfecho, (3) satisfecho, (4) muy satisfecho y (5) completamente satisfecho

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

14. ¿Recomendaría a la Promotora Germinar? ¿Por qué?

15. ¿Podría indicarnos algún aspecto a mejorar?

Muchas gracias por su atención prestada y por ayudarnos a mejorar su experiencia con Promotora de Eventos y Servicios Turísticos Germinar S.A.S. a un feliz día.

CAPITULO IV

9.RESULTADOS DEL DIASGNOSTICO

9.1 ANALISIS ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES

Se tabularon y analizaron las 21 preguntas que contiene el formulario, el cual contestaron 33 personas y los resultados son los siguientes:

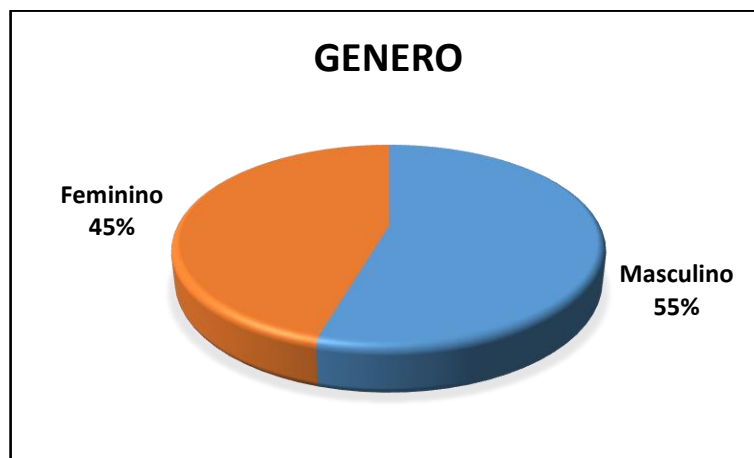
1. Genero Clientes:

Tabla 2 Genero de los clientes de la promotora Germinar

GENERO	MASCULINO	FEMENINO
Total	18	15

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 4 Genero de los clientes de la promotora Germinar



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Se evidencia que 18 de los 33 encuestados son de género masculino, el cual representa un 55% de la población encuestada, frente a un 45% que representa al género femenino.

Es evidente que la diferencia por género es mínima, adicionalmente se presume que los servicios son contratados tanto por hombres como por mujeres.

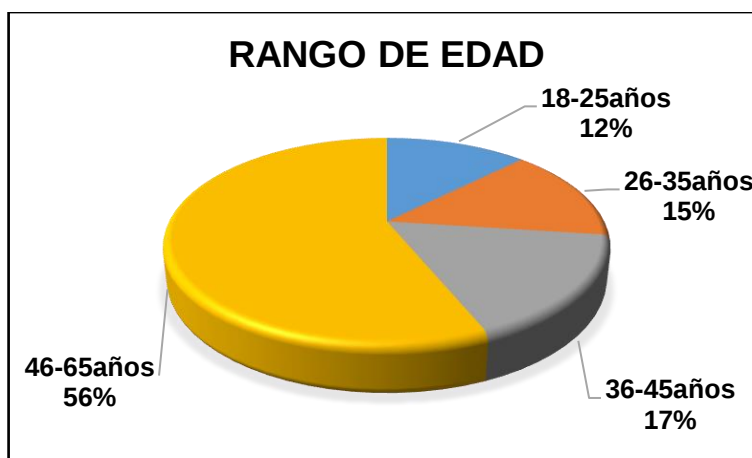
2. Rango de edad:

Tabla 3 Rango de edad de los clientes de la promotora germinar

RANGO DE EDAD	18-25 AÑOS	26-35 AÑOS	36-45 AÑOS	46-65 AÑOS
Total	6	7	8	27

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 5 Rango de edad de los clientes de la promotora germinar



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Se evidencia que las personas que frecuentan las instalaciones y hacen uso de los servicios de la promotora, están distribuidos así: en el rango de 46-65 años representando un 56% del total de los encuestados; Con una diferencia

mínima, el 17% está entre un rango de 36-45 años, el 15% se establece entre los 26-35 años y, por último, con un 12% está entre los 18-25 años.

Según esta información, se puede concluir que las personas con mayor rango de edad disfrutan de las reuniones familiares o con amigos en lugares que prestan servicios integrales como los prestados por la promotora.

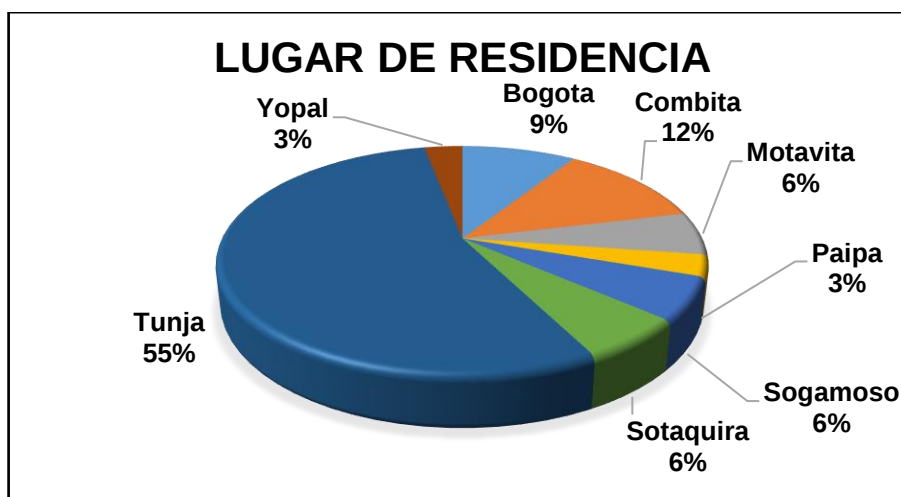
3. Lugar de residencia de los clientes:

Tabla 4 Lugar de residencia de los clientes de la promotora Germinar

LUGAR DE RESIDENCIA	TOTAL
Bogotá	3
Combita	4
Motavita	2
Paipa	1
Sogamoso	2
Sotaquira	2
Tunja	18
Yopal	1

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 6 Lugar de residencia de los clientes de la promotora Germinar



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: La gráfica muestra que la mayoría de clientes residen en Tunja, representando un 55% del total de los encuestados, con un 9% vienen de la ciudad de Bogotá, en otros municipios como Combita reside el 12% de los clientes, de Sotaquira, Motavita y la ciudad de Sogamoso un 6% cada uno y de Paipa y Yopal un 3% cada uno.

En conclusión, donde se presenta mayor concentración de clientes es en la ciudad de Tunja, esto significa que los esfuerzos de la promotora deben de ir encaminados hacia esta ciudad.

4. ¿Ha realizado eventos anteriormente, en otro salón de eventos?

Tabla 5 ¿Ha realizado eventos anteriormente, en otro salón de eventos?

¿HA REALIZADO EVENTOS EN OTRO SALÓN DE EVENTOS?	TOTAL
SI	33
NO	0

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 7 ¿Ha realizado eventos anteriormente, en otro salón de eventos?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: El 100% de los encuestados coincidieron que SI han realizado eventos en otro salón, lo cual significa que todos los clientes tienen algún tipo de conocimiento y experiencia sobre salones de eventos.

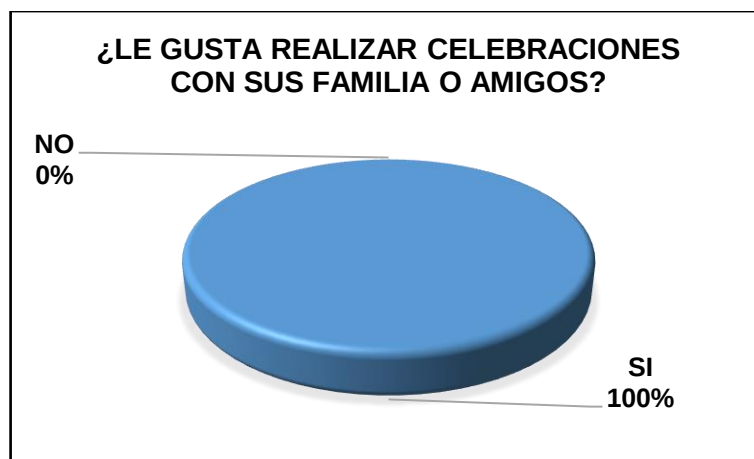
5. ¿Le gusta realizar celebraciones con sus familias o amigos?

Tabla 6 ¿Le gusta realizar celebraciones con sus familias o amigos?

¿Le gusta realizar celebraciones con sus familia o amigos?	TOTAL
SI	33
NO	0

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 8 ¿Le gusta realizar celebraciones con sus familias o amigos?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Se evidencia que el 100% de los clientes SI realizaría celebraciones con sus familiares y amigos, esto implica una gran oportunidad para la promotora de eventos, ya que puede interferir para que sus próximas celebraciones y eventos lo hagan en dichas instalaciones.

5. ¿Con que frecuencia participa o realiza eventos sociales o familiares?

Tabla 7 ¿Con que frecuencia participa o realiza eventos sociales o familiares?

¿CON QUÉ FRECUENCIA PARTICIPA O REALIZA EVENTOS SOCIALES O FAMILIARES?	TOTAL
--	-------

Anualmente	9
Mensualmente	2
Semanalmente	1
Semestralmente	11
Trimestralmente	10

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 9 ¿Con que frecuencia participa o realiza eventos sociales o familiares?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Se evidencia que las personas participan en gran medida en eventos sociales o familiares semestralmente con un 34%, le sigue una participación trimestral con un 30%, un 27% anualmente, mensualmente 6% y, por último, la participación de personas en eventos sociales y familiares muy rara vez son semanalmente, representando tan solo un 3% del total de los encuestados.

En conclusión, los clientes prefieren realizar sus actividades cada 6 meses, ya que les permite organizar, planear y estructurar de la mejor manera los eventos que van a realizar, del mismo modo, esta participación semestral permite reservar con anticipación lugares para realizar sus actividades sociales o familiares.

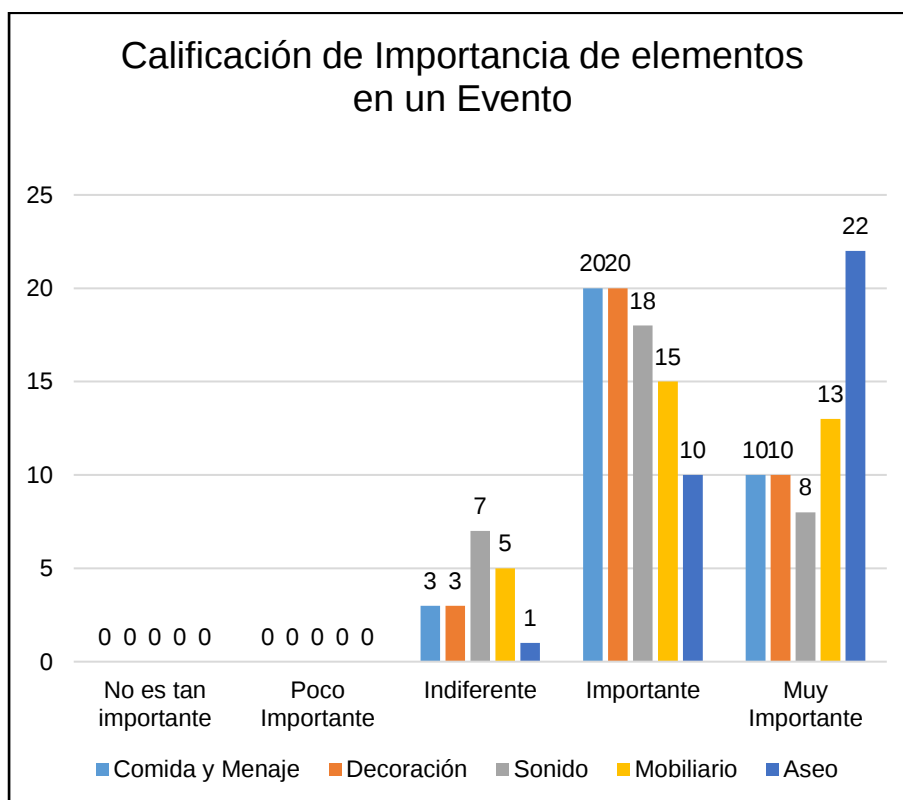
7. Califique de 1 a 5 donde (1) No es tan importante y (5) Muy importante ¿Que elementos le parecen más relevantes en un evento?

Tabla 8 Califique de 1 a 5 donde (1) No es tan importante y (5) Muy importante ¿Que elementos le parecen más relevantes en un evento?

ELEMENTOS	NO ES TAN IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	INDIFERENTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE
Comida y Menaje	0	0	3	20	10
Decoración	0	0	3	20	10
Sonido	0	0	7	18	8
Mobiliario	0	0	5	15	13
Aseo	0	0	1	10	22

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10 Califique de 1 a 5 donde (1) No es tan importante y (5) Muy importante ¿Que elementos le parecen más relevantes en un evento?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

En la información graficada se puede concluir:

- Clientes es **muy importante** la comida y menaje en la realización de un evento, esto demuestra que hay que garantizar la excelencia en la comida y menaje por parte de la promotora.
- Para un gran número de los clientes **no es tan importante** la decoración en los eventos, pero, aun así, sigue siendo importante la implementación de una buena decoración al momento de realizar un evento.
- El sonido y el mobiliario **no son tan importantes** en el momento de evento, sin embargo, se debe garantizar suficiencia y calidad en el mismo
- El sonido es **importante** en los eventos.
- El aseo es **Muy importante**, los clientes se fijan mucho en este aspecto y es aquí, donde la primera impresión del lugar juega un papel importante.

8. ¿Qué tipo de comida le gusta que ofrezcan en un evento?

Tabla 9 ¿Qué tipo de comida le gusta que ofrezcan en un evento?

¿QUÉ TIPO DE COMIDA LE GUSTA QUE OFREZCAN EN UN EVENTO?	TOTAL
Comida Gourmet	8
Comida Típica Colombiana	5
Comida Tipo Buffet	19
Variada	1

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 11 ¿Qué tipo de comida le gusta que ofrezcan en un evento?



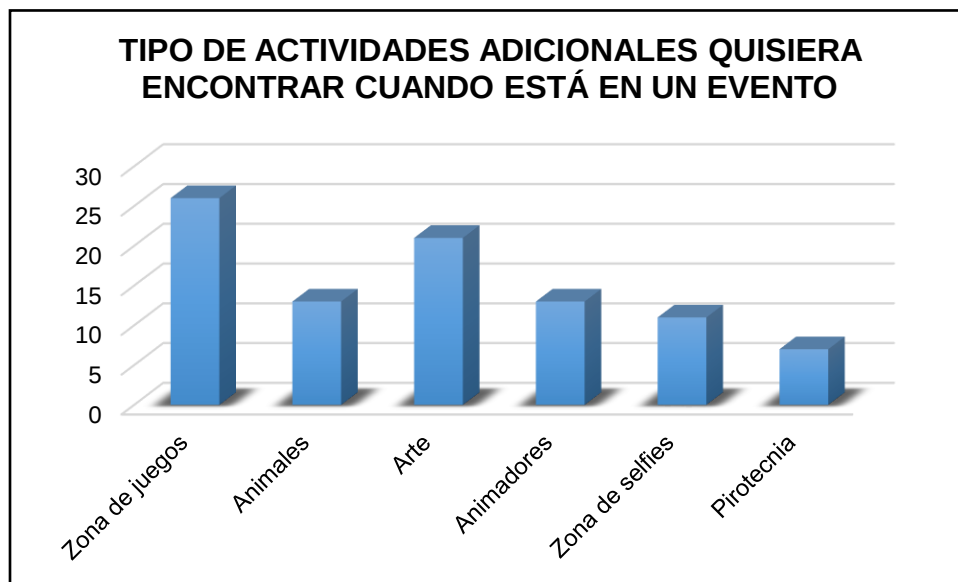
Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: La gráfica muestra que el tipo de comida que prefieren los clientes en un evento, es tipo Buffet con un 58%, seguida por la comida Gourmet con un 24%, la comida colombiana representa el 15%, por último, la comida variada representa tan solo el 3%.

En conclusión, los clientes prefieren en gran medida escoger por decisión propia el tipo de comida que desean, la comida tipo Buffet representa una gran variedad de alimentos para los clientes, donde pueden elegir que comer y en que proporciones.

9. ¿Qué tipo de actividades adicionales quisiera encontrar cuando está en un evento?

Ilustración 12 ¿Qué tipo de actividades adicionales quisiera encontrar cuando está en un evento?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Según la gráfica, el 78,8% de los clientes prefieren realizar actividades de zona de juegos, ya sean de mesa o canchas deportivas, también es evidente que estos mismos clientes prefieren el Arte, representando un 63,6%.

En conclusión, los clientes les interesan más una zona de juegos, donde puedan divertirse y pasar un rato agradable y de euforia con sus familiares y amigo, el arte, los animadores y animales también son destacados por algunos clientes.

10. ¿Está conforme con la asesoría brindada para realización de su evento?

Tabla 10 ¿Está conforme con la asesoría brindada para realización de su evento? ¿Por qué?

¿ESTÁ CONFORME CON LA ASESORÍA BRINDADA PARA REALIZACIÓN DE SU EVENTO ?	TOTAL
Si	33
No	0

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 13 ¿Está conforme con la asesoría brindada para realización de su evento? ¿Por qué?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: El 100% de los clientes indican que están conformes con la asesoría prestada por la organización del evento.

Los clientes están conformes con la asesoría prestada, ya que manifiestan que la atención, la información clara, el servicio, el cumplimiento, la amabilidad y diversidad en el portafolio, cumplen con las expectativas de los clientes.

11. ¿Se encuentra satisfecho con los tiempos de entrega del servicio?

Tabla 11 ¿Se encuentra satisfecho con los tiempos de entrega del servicio? ¿Por qué?

¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON LOS TIEMPOS DE ENTREGA DEL SERVICIO?	TOTAL
Si	30
No	3

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 14 ¿Se encuentra satisfecho con los tiempos de entrega del servicio? ¿Por qué?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Según la gráfica, el 91% de los clientes se encuentran satisfechos por el tiempo en la entrega de servicios y un 9% no están conformes.

En conclusión, es preocupante que el 9% de las personas que no están conformes, ya que el ideal de la promotora es que todos los clientes estén conformes con el tiempo de entrega del servicio, es importante revisar y evaluar el tiempo con que se está entregando el servicio, con el fin de disminuir este índice.

12. Califique de 1 a 5, donde (1) es Muy mala, (2) Insuficiente, (3) aceptable, (4) satisfactorio y 5 es Excelente), las instalaciones y zonas externas de la Promotora

Tabla 12 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), las instalaciones y zonas externas de la Promotora

PERCEPCION	INSTALACIONES	ATENCIÓN
Muy Mala	0	0
Mala	0	0
Regular	0	0
Bueno	9	6
Excelente	22	27

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 15 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), las instalaciones y zonas externas de la Promotora



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Según la gráfica, el 72,7% de los clientes, manifiestan que las instalaciones y zonas externas de la promotora son excelente, del mismo modo, el 27,3% indican que es satisfactorio.

En conclusión, los clientes están muy conformes con las instalaciones y zonas externas de la promotora, esto indica el buen estado de las instalaciones y la importancia que es para los clientes disfrutar de un evento en una gran zona con buena infraestructura.

13. Califique de 1 a 5 donde (1) es Muy mala, (2) Insuficiente, (3) aceptable, (4) satisfactorio y 5 es Excelente), la atención prestada por el personal de la promotora

Tabla 13 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), la atención prestada por el personal de la Promotora Germinar

CALIFIQUE DE 1 A 5 (DONDE 1 ES MUY MALA Y 5 ES EXCELENTE), LA ATENCIÓN PRESTADA POR EL PERSONAL DE LA PROMOTORA	TOTAL
Muy mala	0
Insuficiente	0
Aceptable	0
Satisfactorio	6
Excelente	27

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 16 Califique de 1 a 5 (donde 1 es Muy mala y 5 es Excelente), la atención prestada por el personal de la Promotora Germinar



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Según la gráfica, el 82% de los clientes, manifiestan que la atención prestada por la promotora de eventos Germinar es excelente, seguido de un 18% que indican que es satisfactorio.

En conclusión, La mayoría de los clientes encuestados están conformes con la atención prestada, esto tiene relación con el seguimiento que se le hace a cada cliente, con el fin de fidelizarlos y priorizarlos.

14. ¿El servicio obtenido cumplió sus expectativas?

Tabla 14 ¿El servicio obtenido cumplió sus expectativas?

¿EL SERVICIO OBTENIDO CUMPLIÓ SUS EXPECTATIVAS?	TOTAL
Si	33
No	0

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 17 ¿El servicio obtenido cumplió sus expectativas?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: El 100% de los clientes manifiestan que el servicio prestado por parte de la promotora SI cumplió con sus expectativas.

En conclusión, los clientes manifestaron su conformidad frente al cumplimiento de las expectativas por parte de la promotora, debido a la atención, al ambiente, a la comodidad, los platos ofrecidos, el cumplimiento en los tiempos y la comida fresca.

15. ¿Califique su nivel de satisfacción con el servicio recibido en una escala del 1 al 5? Donde (1) muy insatisfecho, (2) poco satisfecho, (3) satisfecho, (4) muy satisfecho y 5 completamente satisfecho

Tabla 15 ¿Califique su nivel de satisfacción con el servicio recibido en una escala del 1 al 5? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho)

¿CALIFIQUE SU NIVEL DE SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO RECIBIDO EN UNA ESCALA DEL 1 AL 5?	TOTAL
Muy insatisfecho	0
Insuficiente	0
Aceptable	0
Satisfactorio	5
Muy satisfecho	28

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 18 ¿Califique su nivel de satisfacción con el servicio recibido en una escala del 1 al 5? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho)



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: Según la gráfica, el nivel de satisfacción de los clientes encuestado, indican que se siente muy satisfechos, representando un 85%, seguido de un 15% de los clientes que manifiestan que están tan solo satisfechos.

En conclusión, los clientes de la promotora de eventos Germinar se sienten muy satisfechos por la realización del evento, esto indica que por el momento las cosas se están haciendo de la mejor manera y la satisfacción del cliente lo demuestra.

16. ¿Recomendaría a la promotora Germinar?

Tabla 16 ¿Recomendaría a la Promotora Germinar? ¿Por qué?

¿Recomendaría a la promotora Germinar?	TOTAL
Si	33
No	0

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 19 ¿Recomendaría a la Promotora Germinar? ¿Por qué?



Fuente: elaboración propia por medio de Google Forms

Análisis: El 100% de los clientes encuestados, manifiestan que SI recodarían a la promotora de eventos Germinar por los siguientes motivos: es una zona cercana, es un lugar estratégico, por las instalaciones y logística, por su servicio, la calidad en las comidas, por la responsabilidad, por los espacios naturales, y por sus espacios seguros.

Aspectos a mejorar.

Los clientes están conformes con todos los aspectos de la promotora, aunque algunos clientes manifiestas sugerencias como:

- Aumentar las actividades recreativas y deportivas
- Mejoramiento del sitio de estacionamiento
- Promocionar los eventos
- Espacio para niños
- Mayor diversidad gastronómica.
- Calefacción
- Señalización
- Mayor publicidad.
- Ofrecer eventos infantiles
- Mejorar las señales de ubicación para la llegada a la promotora.
- Mejoramiento de vías de acceso
- Asegurar tiempo de espera y precios

9.2 ANÁLISIS ENTREVISTA GERENTE ENTIDAD.

El Gerente no es indiferente a los conceptos y conoce acerca de la importancia de los sistemas de gestión en la organización, por otro lado, manifiesta interés en la implementación del Sistema de Gestión de Calidad, reconoce la mejora continua que debe tener la organización en los diferentes áreas y procesos. Agradece por el tiempo y la gestión recibida por parte de los estudiantes del Posgrado manifestando su disposición en cuanto al suministro de información y datos que se requieran para el mismo.

Manifiesta que actualmente no hay un recurso proyectado para la implementación, igualmente es consciente de la edad de la organización la cual se encuentra en una etapa joven y confirma necesidades varias que tiene la misma, sin embargo, se proyecta en un plazo no mayor a un año destinar esfuerzos para la implementación.

9.3 ANÁLISIS DE BRECHA

El siguiente análisis evidencia el estado actual de la organización frente a cada uno de los requisitos de la norma NTC ISO 9001:2015, así como las recomendaciones pertinentes en caso de implementación:

Tabla 17 Análisis de Brecha Contexto de la Organización.

ISO 9001:2015	PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
			1	2	3	4	5		
	4. ENTORNO/CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN								
1	4.1. ¿La organización analiza de manera periódica su entorno, en los aspectos que le puedan influir?	Matriz DOFA diligenciada Análisis PESTEL				4		La organización cuenta con las siguientes herramientas: Matriz DOFA diligenciada Análisis PESTEL	Se debe actualizar de manera periódica la Matriz DOFA y análisis PESTEL
2	4.2. ¿Se han analizado y definido cuáles son las “partes interesadas” de la organización?	Matriz de Partes Interesadas					5	La organización cuenta con la Matriz de Partes Interesadas	Realizar una revisión periódica (anual) del documento
3	4.2. ¿La organización identifica, analiza y actualiza información sobre las necesidades y expectativas de sus clientes, proveedores, empleados y otras partes interesadas?	Matriz de necesidades y expectativas	1					La organización no cuenta con la Matriz de necesidades y expectativas	se recomienda elaborar la Matriz de necesidades y expectativas
4	4.1. ¿La organización cuenta con una dirección estratégica, derivada de la información clave interna y externa?	Dirección Estratégica (Misión, Visión, Objetivos, Valores corporativos)					5	La organización establece su Dirección Estratégica con base en un estudio de competencias de mercado y fue actualizada en 2021-2.	Realizar una revisión periódica de la Dirección estratégica
5	4.3. ¿La organización ha establecido el alcance del sistema?	Alcance del sistema					5	La organización tiene definido el alcance del SGC	

6	4.4.	Para cada proceso identificado dentro del alcance del SGC ¿existe un manual de políticas y procedimientos que especifique el proceso?	Manual de Políticas Caracterización de procesos			3		La organización cuenta con la caracterización de algunos procesos	Elaborar el manual de políticas y la caracterización del proceso.
7	4.4.	¿Se han definido los procesos y la documentación necesarios para asegurar la calidad de los productos y servicios?	Mapa de Procesos Requisitos de los productos y servicios		2			La organización establece los procesos y cuenta con el Mapa de Procesos	Establecer los requisitos necesarios (de productos y servicios), con el fin de ofrecer productos y servicios de alta calidad
8	4.4.	¿Se han establecido las responsabilidades y autoridades para el personal que labora en los procesos?	Matriz de responsabilidades y autoridades diligenciada	1				La organización no cuenta con una matriz de responsabilidades y autoridades	Elaborar la Matriz de responsabilidades
9	4.4.	¿Existen objetivos para asegurar la eficacia y mejora de los procesos?	Objetivos de eficiencia y eficacia		2			La organización establece objetivos de calidad	Alinear los objetivos con la política de calidad
10	4.4.	¿Se ha analizado cuál es la información del sistema de gestión de la calidad que es necesario documentar?	Matriz de documentos				4	Se cuenta con la matriz de documentos	Realizar revisión y actualización y codificar los formatos y documentos
11	4.4.	¿Existe una partida presupuestaria específica suficiente para gestionar de manera eficaz el sistema de gestión y el cumplimiento de los objetivos del proceso?	Rubro presupuestal	1				En la vigencia 2021 no se incluyó el rubro para implementación del sistema, certificación ni seguimiento.	Incluir rubro presupuestal para la vigencia 2022-2
			4. ENTORNO/CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN - NIVEL DE APLICACIÓN →	3					

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

9.3.2 Liderazgo

Tabla 18 Análisis de Brecha Liderazgo.

ISO 9001:2015	PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
			1	2	3	4	5		
	5. LIDERAZGO								
12	5.1.1.	¿La dirección revisa el cumplimiento de los objetivos para el desarrollo de la dirección estratégica en función de las necesidades detectadas?		2				Actualmente se cuenta con algunos indicadores diseñados en el desarrollo académico	Se debe realizar verificar si los indicadores están alineados al desarrollo de la dirección estratégica
13	5.1.2.	¿El equipo directivo asegura el enfoque al cliente de la organización, sus procesos, productos y servicios?			3			La organización cuenta con una Política de Calidad, no cuenta con una Matriz de necesidades y expectativas	
14	5.1.2.	¿El equipo directivo identifica de manera sistemática cuál es la normativa legal y reglamentaria que aplica a los procesos, productos y servicios de la organización?						La organización cuenta con la matriz legal	Se recomienda realizar actualización de la Matriz legal, cada vez que se presenten novedades legales o normativas aplicables
15	5.1.2.	¿El equipo directivo asegura el cumplimiento legal y reglamentario aplicable a la organización?	1					la organización no ha realizado la verificación del cumplimiento de requisitos legales.	Se recomienda realizar la verificación de los requisitos legales y reglamentarios aplicables
16	5.2.1. 5.2.2.	¿El equipo directivo ha definido, actualiza y comunica la Política de Calidad y asegura que ésta es accesible?			3			se definió la Política de Calidad, fue actualizada en 2022-1 y está en proceso de aprobación por parte de la Alta Dirección	Realizar revisión de la Política de calidad y aprobación de la misma, realizar la socialización y definir el espacio donde se podría consultar
17	5.3.	¿El equipo directivo revisa periódicamente el SGC?	1					En el momento no se realizan auditorías y seguimientos al SGC	En el momento que se tenga implementado se debe realizar una revisión periódica el SGC

18	5.3.	¿El equipo directivo ha establecido cómo conocer las necesidades de los clientes?	Resultados de las encuestas de satisfacción		2				Se diseñó un instrumento (cuestionario en Google forms)	Establecer la periodicidad de la medición y los parámetros a tener en cuenta
19	5.3.	¿Se han definido y actualizado los roles, responsabilidades y autoridades del personal?	Matriz de Responsabilidades y autoridades	1					La organización no cuenta con la matriz Responsabilidades y autoridades	Elaborar la matriz Responsabilidades y autoridades
			5. LIDERAZGO - NIVEL DE APLICACIÓN →		2					

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

PLANIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD:

Tabla 19 Análisis de Brecha Planificación del SGC

ISO 9001:2015	PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
			1	2	3	4	5		
	6. PLANIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD								
20	6.1.1.	¿El sistema de gestión implantado incluye el análisis de riesgos y oportunidades por la actividad de la organización?	Matriz DOFA diligenciada Análisis PESTEL Matriz de riesgos			3		La organización elaboró la Matriz DOFA y análisis PESTEL, sin embargo, no se ha elaborado la Matriz de riesgos	Se recomienda elaborar la matriz de riesgos
21	6.1.2.	¿Existe un plan de tratamiento de riesgos y oportunidades por la actividad de la organización?	Plan de mejora	1				La organización no cuenta con un Plan de Mejoras	cuando se implemente el SGC, se recomienda elaborar un Plan de Mejoras con el fin de subsanar los hallazgos
22	6.2.1.	¿Se han definido y documentado los objetivos de calidad?	Objetivos de calidad		2			Se diseñaron los Objetivos de Calidad, se actualizaron en	Verificar que los Objetivos están alineados con la Política

								2022-1, y están en proceso de aprobación por la Alta Dirección	
23	6.2.2.	¿Se ha definido un plan de mejora enfocado al cumplimiento de objetivos?	Plan de mejora	1				La organización no cuenta con un Plan de Mejoras	Se recomienda elaborar un Plan de Mejoras con el fin de subsanar los hallazgos
24	6.3.	¿Se actualiza el sistema de gestión de manera sistemática en función de las necesidades detectadas?	control de cambios	1				En el momento no existe el control de cambios	Se recomienda que se adhiera a los formatos un control de cambios pertinente .
		6. PLANIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD - NIVEL DE APLICACIÓN →		2					

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

SOPORTE:

Tabla 20 Análisis de Brecha soporte.

ISO 9001:2015		PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
				1	2	3	4	5		
25	7.1.1.	¿La organización ha determinado y proporciona los recursos necesarios para gestionar el sistema?	Presupuesto	1					La organización no destinó un rubro en el presupuesto para la implementación del SGC	Destinar los recursos y dejarlos evidenciados en el presupuesto con el fin de implementar un Sistema de Gestión de calidad en la empresa
26	7.1.2.	¿La organización cuenta con el personal suficiente y capaz para cumplir con las necesidades de los clientes y los requisitos legales aplicables?	Profesiogramas		2				Actualmente la empresa No cuenta con un Profesiograma sin embargo, Si cuenta con un manual de funciones	Desarrollar a cabalidad la matriz de Profesiogramas
27	7.1.3.	¿La organización cuenta con las infraestructuras y equipos necesarios para lograr la conformidad de sus productos y servicios?	Uso de Suelos Certificación de bomberos Certificación de secretaria de salud (ó quien haga sus veces en el municipio)				4		En la empresa cuenta con amplias instalaciones y equipos, lo que garantiza que se pueden desarrollar las actividades las cuales se ofrecen dentro del plan de servicios	Mantener las certificaciones necesarias al Día

28	7.1.4.	¿Se analiza y mantiene el entorno ambiental para el buen funcionamiento de los procesos, productos y servicios?	Implementación de la Resolución 2184 de 2019 (Por la cual se modifica la Resolución 668 de 2016 sobre uso racional de bolsas plásticas y se adoptan otras disposiciones.) Cuartos transitorios para la disposición de residuos.		3			campañas Germinatón (Materiales reciclables o aprovechables)	Generar estrategias que informen sobre el nuevo código de colores para la disposición de las basuras. Construcción de cuartos transitorios para la disposición de los residuos.
29	7.1.5.	¿Se utilizan sistemas de medición adecuados y éstos se mantienen para asegurar su fiabilidad?	Plan de mantenimiento		2			Actualmente la organización no cuenta con un plan de mantenimiento detallado sobre los equipos, Solo existe un inventario de estos.	elaborar el plan de mantenimiento de maquinaria y equipo
30	7.1.6.	En caso de no existir normativa ¿Se ha identificado un sistema de calibración o verificación adecuado?	Seguimiento de las garantías de los equipos.	1				Los equipos se adquirieron hace menos de un año y se presume que su vida útil será prolongada.	Estar al tanto de las garantías de cada equipo y las revisiones pertinentes del mismo
31	7.1.6.	¿Existe un plan de formación del personal, adaptado a las necesidades actuales y futuras de los procesos, productos y servicios de la organización?	Plan de capacitación			4		Actualmente se cuenta con un plan de capacitación ajustado a los cargos existentes	Dar cumplimiento al plan de capacitación y tener evidencia de la participación y de los soportes de la formación
32	7.2.	¿Se realiza una evaluación y seguimiento del desempeño de las personas?	Evaluación de desempeño	1				No se cuenta con una evaluación de desempeño, sin embargo se realizan retroalimentaciones entre compañeros que prestan el mismo servicio y su jefe directo.	Aplicación de evaluación de desempeño a los empleados de la empresa, sea de manera interna o contratando un evaluador externo
33	7.3.	¿El personal es consciente de la política de calidad, los objetivos, los beneficios del SGC y la mejora?	Planilla de asistencia a la socialización de la política de calidad, los objetivos, los beneficios del SGC , la mejora y evidencia de la publicación de la misma	1				No se realizado la socialización, pues aún no se ha implementado el Sistema de Gestión de Calidad	Al momento de la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad encontrar espacios en los que se dé a conocer al personal los fundamentos del mismo.
34	7.4.	¿Se han definido cuáles son las comunicaciones internas y externas relevantes para el sistema de gestión de calidad?	Matriz de comunicaciones		2			Actualmente la empresa cuenta con las siguientes líneas de comunicación (Cartelera, Correo electrónico institucional y Teléfono corporativo) sin embargo estos no son utilizados de la manera adecuada o con la frecuencia requerida	Capacitar al personal sobre la importancia de la comunicación acertada y asertiva dentro de la organización.

35	7.5.1.	¿Se ha documentado la información necesaria del SGC de calidad para asegurar su efectividad?	Planes de mejora Informes de auditoría. Indicadores de Gestión.	1					Actualmente la empresa no cuenta con un proceso documentado que asegure la efectividad del SGC.	Se recomienda diseñar e implementar planes de mejora. Hacer seguimiento a los informes de auditoría. Utilizar herramientas que midan la efectividad del SGC por medio de indicadores.
36	7.5.2.	¿Se actualiza y controla de manera eficaz la información documentada del SGC y se asegura su accesibilidad?	Control de cambios.	1					Actualmente no existe el espacio en los formatos donde indique la actualización o cambios en el proceso.	Garantizar que es formato permite el registro de los cambios realizados.
37	7.5.3.	¿Se actualiza y controla de manera eficaz la información externa necesaria a nivel estratégico y operativo?	Contexto de la organización. Comprensión de las necesidades.	1					Actualmente no se ha documentado o actualizado la información externa a nivel estratégico y operativo.	Se recomienda actualizar del contexto de la organización, las necesidades y expectativas de las partes interesadas y de los procesos.

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

OPERACIÓN

Tabla 21 Análisis de Brecha Operación.

ISO 9001:2015	PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
			1	2	3	4	5		
38	8.1.	¿Existe una planificación, ejecución y control de los procesos del SGC?	1					No existe una planificación, ejecución y control de los procesos del SGC.	
39	8.2.1. 8.2.2.	¿Existe un proceso de comunicación con el cliente para definir los requisitos de los productos y servicios?			3			Actualmente la organización realiza un contrato Se está realizando la aplicación de la encuesta de satisfacción	Se recomienda realizar encuesta a los clientes de la organización

40	8.2.3.	¿Se adaptan los productos producidos y servicios prestados a las exigencias y cambios de los clientes y/o partes interesadas?	Contrato donde se especifican los requerimientos del cliente Encuesta de satisfacción			3		Actualmente la organización realiza un contrato Se está realizando la aplicación de la encuesta de satisfacción	Se recomienda realizar encuesta a los clientes de la organización
41	8.2.3.	¿Se adaptan los productos producidos y servicios prestados a los requisitos legales y reglamentarios?	Matriz legal especificada por proceso.	1				Actualmente hay una matriz legal general sin embargo falta ampliarla y especificar por procesos.	Verificar que la matriz esté ajustada en el Proceso definido en el alcance.
42	8.2.3.	¿Se comunican los cambios que afectan a productos y servicios al personal correspondiente?	Socialización de las actualizaciones de Control de cambios	1				Actualmente no se cuenta con socializaciones de control de cambios.	Garantizar que al momento de realizarse cambios se documentan y socialicen con partes interesadas.
43	8.3.1.	¿La organización cuenta con un proceso definido de diseño y desarrollo?	Caracterización de los Proceso				4	la organización cuenta con la caracterización de con algunos procesos, el cual contiene Objetivo, responsable, listado y flujograma de las tareas.	Elaborar la caracterización a diferentes procesos de la organización teniendo presente el objetivo, responsable, listado y flujograma.
44	8.3.2.	¿El proceso de diseño y desarrollo incluye su planificación, verificación y validación?	Encuesta para validación. Lista de chequeo para verificación.	1				Actualmente la organización no tiene un procedimiento donde se planifique, verifique y valide el proceso diseño y desarrollo.	Elaborar el procedimiento e implementarlo que permita planificar, verificar y validar el proceso de diseño y desarrollo.
45	8.3.3.	¿Se tienen en cuenta los requisitos aplicables, de cliente y legales en el diseño y desarrollo de los productos y servicios?	Requisitos aplicables y legales.	1				Se tienen en cuenta según los requisitos del cliente	Implementar este proceso
46	8.3.4.	¿Se controla el proceso de diseño y desarrollo para que cumpla con lo planificado?	Cronograma de diseño y desarrollo	1				No se cuenta con un proceso de diseño y desarrollo	Implementar este proceso
47	8.3.5.	¿Los resultados del diseño y desarrollo cumplen con los requisitos y con el suministro de productos y servicios?	Estandarización de recetas			3		La organización cuenta con la estandarización de algunas recetas	Realizar la estandarización de las recetas faltantes (los productos ofrecidos)
48	8.3.6.	¿Se controlan los cambios en requisitos de diseño y desarrollo de productos y servicios, incluso mientras se producen/prestan?	Control de cambios	1				La organización no realiza control de cambios	Garantizar que al momento de realizarse cambios se documentan y socialicen con partes interesadas.
49	8.4.1.	¿Se realiza una evaluación, seguimiento y reevaluación de proveedores?	Herramienta usada para realizar evaluación, seguimiento y reevaluación de proveedores		2			La organización realiza la evaluación de manera verbal, no existe evidencia objetiva de la evaluación o reevaluación	Definir la herramienta para realizar la medición
50	8.4.2.	¿Se garantiza mediante controles que los proveedores cumplen con los requisitos aplicables y legales?	Planilla de requisitos, según el proveedor	1				La organización no cuenta con el control de proveedores	Elaborar el procedimiento e implementar instrumento para captura de la información
51	8.4.3.	¿La organización comunica a los proveedores los requisitos aplicables?	comunicación para proveedores con los requisitos aplicables	1				La organización no cuenta con evidencia	Elaborar el procedimiento e implementar instrumento para captura de la información

52	8.5.1.	¿La organización ha identificado e implantado el sistema de control de producción o prestación de servicios?	Procedimiento para el control de producción	1					La organización no cuenta con evidencia	Implementar este proceso
53	8.5.2.	¿En caso de ser necesario, la organización identifica y controla las salidas de procesos internos y externos?	información documentada sobre el control	1					La organización no cuenta con evidencia	Implementar este proceso
54	8.5.3.	¿La organización cuida y protege los bienes de clientes y proveedores?	Acta de entrega a satisfacción de los bienes alquilados			3			La organización cuida los bienes de de los clientes, sin embargo no hay evidencia	Se recomienda mantener información documentada
55	8.5.4.	¿La organización asegura la conformidad de productos y servicios durante su producción y prestación, según los requisitos?	Aspectos tenidos en cuenta en la producción de los productos y servicios			3			La organización realiza la verificación de la conformidad de los productos y servicios durante la producción, sin embargo no hay evidencia	Se recomienda mantener información documentada
56	8.5.5.	¿En caso de ser necesario, la organización identifica y cumple con los requisitos posteriores a la entrega de productos y prestación de los servicios?	cambios en productos y servicios no conformes			3			La organización identifica y cumple con los requisitos posteriores a la entrega de productos y prestación de los servicios, sin embargo no hay evidencia	Se recomienda mantener información documentada
57	8.5.6.	¿La organización revisa y controla los cambios no planificados para asegurar la conformidad de productos y servicios?	cambios en productos y servicios no conformes			3			La organización revisa y controla los cambios no planificados , sin embargo no hay evidencia	Se recomienda mantener información documentada
58	8.7.	¿La organización identifica y controla los procesos, productos y servicios no conformes?	control de procesos, productos y servicios no conformes			3			La organización identifica y controla los procesos, productos y servicios no conformes, sin embargo no hay evidencia	Se recomienda mantener información documentada
8. OPERACIÓN - NIVEL DE APLICACIÓN →				2						

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Tabla 22 Análisis de Brecha Evaluación de Desempeño.

ISO 9001:2015	PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
			1	2	3	4	5		
	9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO								
59	9.1.1. ¿La organización hace seguimiento, medición, análisis y evaluación del sistema de gestión?	Indicadores de gestión	1					La organización no realiza este seguimiento	Implementar este proceso
60	9.1.2. ¿Se obtiene el grado de satisfacción de los clientes respecto la organización, productos y servicios?	Medición de la satisfacción de los clientes					5	La organización cuenta con un grado de satisfacción de los clientes con los productos y servicios	Mantener información documentada
61	9.1.3. ¿La organización analiza y evalúa la información clave?	Actualización del contexto de la organización Evaluación de desempeño			3			La organización actualizo el contexto en 2021-2. La evaluación de desempeño está en proceso de estructuración	Mantener información documentada Implementar este proceso
62	9.2.1. ¿La organización realiza auditorías internas a intervalos planificados	Informe de auditoría	1					La organización no ha realizado el proceso de auditoría	Implementar este proceso
63	9.2.2. ¿La organización planifica, establece, implementa y mantiene un programa de auditorías?	Programa de auditoría	1					La organización no ha realizado el proceso de auditoría	Implementar este proceso
64	9.3.1. ¿La dirección revisa el SGC para asegurar su eficacia?	Revisión por la Dirección	1					La organización no ha realizado el proceso de revisión por la Dirección	Implementar este proceso
65	9.3.2. ¿La dirección toma decisiones y acciones en base a los resultados de la revisión del SGC?	Revisión por la Dirección	1					La organización no ha realizado el proceso de revisión por la Dirección	Implementar este proceso
		9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO - NIVEL DE APLICACIÓN →	2						

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

MEJORA

Tabla 23 Análisis de Brecha Mejora.

ISO 9001:2015	PREGUNTA	EVIDENCIAS ESPERADAS (Cuáles son los soportes (evidencia objetiva) que debería tener una empresa para evidenciar el cumplimiento del requisito ISO 9001:2015?)	NIVEL DE APLICACIÓN					HALLAZGOS REALES (Cite en este espacio las evidencias o situaciones encontradas actualmente el SGC de la empresa)	RECOMENDACIONES (Recomendaciones debidamente redactadas y justificadas acorde a la realidad de la empresa y su SGC, para que la empresa evidencie conformidad con el requisito ISO 9001:2015)
			1	2	3	4	5		
	10. MEJORA								
66	10.1.	¿La organización cumple requisitos de cliente, mejora su satisfacción y los resultados del SGC?		2				Se realiza encuestas de satisfacción del cliente, sin embargo, no se elaborado el plan de seguimiento para el informe	realizar seguimiento a los requisitos del cliente
67	10.2.	¿La organización controla y corrige las NC?	1					La organización aún no ha presentado NC, ya que no se ha implementado un sistema de calidad	Mantener información documentada Implementar este proceso
68	10.2.	¿La organización analiza las NC y adopta medidas para eliminar las causas (acciones correctivas)?	1					La organización no ha implementado un sistema de calidad	Implementar este proceso
69	10.3.	¿La organización mejora continuamente la eficacia del SGC?	1					La organización no ha implementado un sistema de calidad	Implementar este proceso
70	10.3.	¿La organización selecciona y utiliza herramientas de investigación para mejorar el desempeño?			3			La organización cuenta con herramientas que permiten un mejoramiento continuo, aunque aún faltan herramientas en algunos procesos	Mantener información documentada Implementar este proceso, diseñar e implementar herramientas en otros procesos
			10. MEJORA - NIVEL DE APLICACIÓN →		2				

Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

Resultados de Análisis de Brecha:

Tabla 24 Ponderación Análisis de Brecha Mejora.

Descripción de los niveles de aplicación	
Nivel de madurez	Descripción
1	No ó no verdadero, 0% de ocurrencia, no existe práctica o no ha iniciado todavía, nada ha pasado. Sin evidencias de implementación. Sin evidencias de un enfoque sistemático, sin objetivos reales. Sin mediciones, y resultados pobres e impredecibles. Se abordan en forma inadecuada las quejas o necesidades de los clientes. Quizás algunas buenas ideas pero no avanzan más allá de una etapa de pensamiento deseable.
2	Marginalmente verdad, aproximadamente 25% de ocurrencia, la práctica solo se ve en algunas áreas. Evidencias de implementación disponibles. Enfoque reactivo, principalmente para corregir problemas. Evidencias limitadas del enfoque de acciones correctivas. Información o entendimiento limitados de mejoramientos requeridos, pocos objetivos, algunos buenos resultados disponibles. Satisfacción de los clientes abordada en forma razonable pero poco avance en la satisfacción de otras partes interesadas. Algo de reconocimiento del enfoque de procesos, evidencias mínimas de que algo útil está realmente pasando. Evaluaciones o revisiones ocasionales que resultan en algunos mejoramientos.
3	Parcialmente verdad, aproximadamente 50% de ocurrencia, la práctica es comúnmente encontrada, aunque no en la mayoría de las áreas. Evidencias de mejoramientos visibles. El enfoque basado en procesos es evidente, más proactivo que reactivo. Estableciendo causas raíz con algunas acciones correctivas buenas y mejoramientos sistemáticos. Información disponible sobre objetivos y el desempeño contra dichos objetivos, algunas tendencias de mejoramientos buenas. Satisfacción de las partes interesadas generalmente siendo abordadas. Evidencias de que asuntos se han abordado con éxito moderado, con algunas revisiones y acciones para las metas. Evidencias esporádicas de claros mejoramientos, aunque todavía muchos aspectos clave que no están abordados en un alcance completo.
4	Mayormente verdad, aproximadamente 75% de ocurrencia, la práctica es muy típica y con solo algunas excepciones. Enfoque de procesos interrelacionado está bien establecido en el sistema. Proceso de mejoramiento continuo está bien enmarcado dentro de la organización y los proveedores clave. Resultados positivos y consistentes y tendencias de mejoramiento sostenidas, evidencias claras de que asuntos se han abordado bien. Satisfacción de las partes interesadas mayormente abordada. Proactivo cuando es apropiado, evidencias de acciones correctivas de la recurrencia se ha detenido, acciones preventivas/evaluaciones de riesgos claramente evidentes.

	Revisiones regulares y de rutina con claros mejoramientos, solo algunos asuntos no han sido abordados en un alcance completo. Evidencias de mejoramientos sostenidos en un período extenso, por ejemplo, al menos 1 año.
5	Sí, verdadero en todo. Próximo ó en el 100% de ocurrencia. La práctica es desplegada a lo largo de la organización y virtualmente sin excepciones. Reconocido como el mejor en su clase, con buenas comparaciones competitivas, proceso de información y mejoramiento fuertemente integrado (desde el usuario final en el mercado y a lo largo de la cadena de suministros). El mejor en su clase en todos los resultados y fácilmente demostrable, como negocio sustentable asegurado, y todas las partes interesadas satisfechas. Una organización exitosa, ágil y de aprendizaje innovativo. Todos los enfoques relevantes, exitosos y abordados en un alcance completo en todas las áreas y aspectos. Un excelente modelo de roles. Es difícil visualizar mejoramientos significativos, aunque se conducen revisiones regulares. Evidencias de mejoramientos sostenidos en un período extenso, por ejemplo, al menos 3 años.

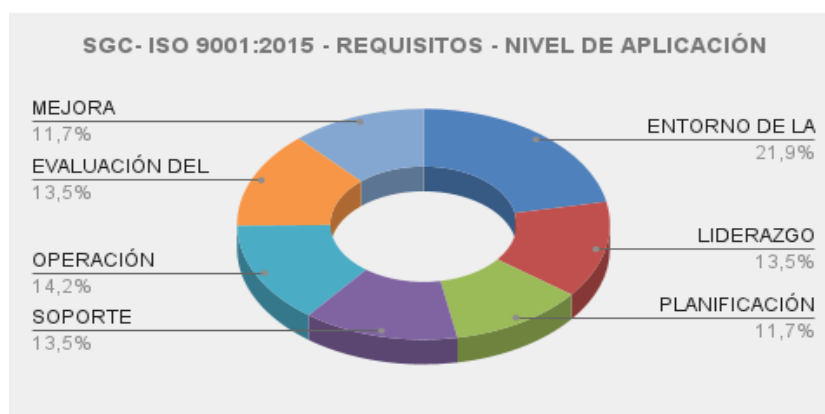
Autor: Formato elaborado por el Docente Javier Cristóbal Báez Mancera

Tabla 25 Resultados Análisis de Brecha

RESUMEN DE EVALUACIÓN ISO 9001:2015		
4	Entorno de la organización	3
5	Liderazgo	2
6	Planificación del SGC	2
7	Soporte	2
8	Operación	2
9	Evaluación del rendimiento	2
10	Mejora	2

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 20 Resultados Análisis de Brecha



Fuente: Elaboración propia

Análisis:

La organización se encuentra en un nivel de madurez 2 lo que nos indica que “Algo de reconocimiento del enfoque de procesos, evidencias mínimas de que algo útil está realmente pasando” y “Evaluaciones ó revisiones ocasionales que resultan en algunos mejoramientos”, esto permite grandes oportunidades de mejora en los procesos operativos de la organización y con ello se pueden establecer herramientas que permitan capturar la información requerida y su análisis en pro de la implementación del SGC

CAPÍTULO V

10. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

10.1. INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la Entidad: Promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S

NIT: 901457118-0

Logo:

Ilustración 21 Logo Entidad



Fuente: www.germinar.com.co

Reseña Histórica de la empresa:

La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar se constituyó en febrero del año 2021. Entendiendo que reconocidos y capaces operadores de servicio de catering de eventos y banquetes, no cuentan con áreas incluyentes y que muchos de lugares de realización de eventos, no prevén la infraestructura mínima y que garantice el disfrute pleno de las actividades a personas con discapacidad y/o movilidad reducida; la organización vio la oportunidad de materializar un sueño y

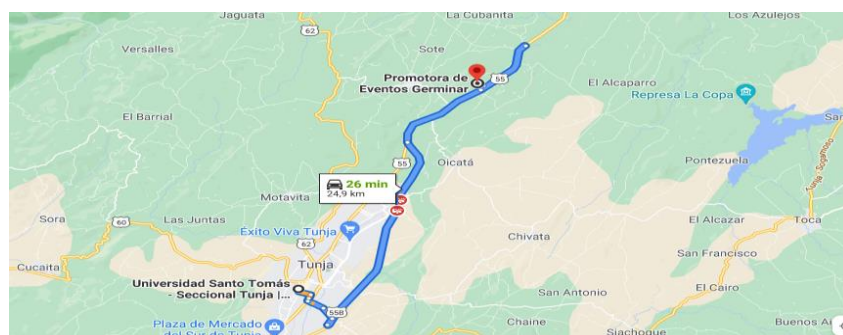
ante las vivencias personales por la falta de lugares adecuados, adaptados e incluyentes para el ingreso y acogimiento de personas con discapacidad y/o movilidad reducida; percibieron la oportunidad de brindar un espacio que supliera estas necesidades; para lo cual acudieron a un aliado muy especial denominado *Fondo Emprender*.

Entendido lo anterior como un reto Familiar, luego de verificar condiciones, aplicaron a una convocatoria, para la cual fueron tomados de la mano y guiados por los profesionales del SENA de la Regional Boyacá; quienes también entendieron la urgencia en tiempos de Pandemia de dar vida a un aliado estratégico del sector público y privado que ofreciera espacios amplios y debidamente adecuados para atender con las más estrictas medidas de Bioseguridad, higiene y competitividad y con ellos iniciaron un camino que con constancia, disciplina y convicción les permitió implementar su lema el cual es *“Juntos creamos sueños posibles”*

La oportunidad apoyada por los profesionales les permite brindar el servicio de alquiler a los hoteles, restaurantes, catering de eventos, sector empresarial público y privado y sector educativo (que realicen eventos empresariales y académicos), el cual según el CIIU y su RUT cuenta con un código de actividad económica 5621 y la organización se encuentra ubicada en el municipio de Combita, más exactamente en la vereda La Concepción parte baja, como se evidencia en la siguiente ilustración, que cuenta con el recorrido partiendo de la Universidad Santo Tomás seccional Tunja.

Ubicación e Instalaciones Entidad.

Ilustración 22 Ubicación y Distancia Entidad.



Fuente: Google maps

Ilustración 23 Instalación Entidad.



Fuente: www.germinar.com.co

Objetivos Estratégicos Entidad:

Objetivo General

Vender los servicios y productos del portafolio de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar con los mejores estándares de calidad.

Objetivos Específicos

- Garantizar que el portafolio de servicios y productos este actualizado
- Garantizar la estabilidad, beneficio, cumplimiento, respaldo, calidad y herramientas suficientes para el desarrollo de sus funciones.
- Contribuir con el bienestar integral de los clientes y beneficiarios de los servicios ofrecidos.
- Garantizar la auto sostenibilidad, rentabilidad y competitividad de la organización Germinar.

Clientes de la Entidad:

- Personas Naturales: Interesados en realizar su evento familiar y/o social.
- Catering y Casa de banquetes: Empresas que ofertan el servicio de Catering que ofrecen el servicio de preparar, presentar, ofrecer y servir comidas en todo tipo de eventos, en algunos casos también brindan el servicio de decoración en general, de la disposición de las mesas y menaje y que no cuenta con un sitio o lugar para realizarlo.
- Empresas Públicas y/o Privadas: Empresas públicas y privadas que necesitan un servicio de alquiler de salón para realizar todo tipo de reuniones empresariales, capacitaciones y/o recreativas que van dirigidas especialmente a los trabajadores.
- Hoteles y Restaurantes Pequeños: Los anteriores que ofrecen el servicio de banquetes y/o catering para eventos con una capacidad máxima de 40 personas en la actualidad y que necesitan ampliar la cantidad de clientes a atender.

Servicios de la Organización:

- Servicio de banquetería, servicio de alimentación institucional o alimentación, en distintos eventos, sociales, académicos, deportivos, culturales, religiosos, lúdicos y otras presentaciones de diversa índole.
- Alquiler/suministro de menaje en general como cristalería, menaje, samovares, bandejas, sillas, mesas, elementos de decoración, mantelería y ruches entre otros para eventos y actividades institucionales.
- Formación/ capacitaciones presenciales y sincrónicas de tipo académico no formal en el sector institucionales, público y privado.
- Hospedaje y actividades de zonas de camping, alquiler de bicicletas, cuatrimotos, caballos juegos de mesa y de espacios físicos que entre otras promuevan situaciones turísticas y recreativas.
- Actividades de ecoturismo, turismo rural así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

CAPÍTULO VI

11. DISEÑO DEL MODELO DE GESTIÓN CALIDAD

11.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

11.1.1. Misión

La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, es una aliada estratégica de personas jurídicas y naturales; mediante una efectiva oferta de productos y servicios, con acciones positivas y afirmativas, brindan un entorno accesible, incluyente y ameno, cuyo objetivo será alcanzar el bienestar integral de su entorno institucional y familiar.

11.1.2. Visión

Bajo estándares de calidad, para el año 2025, la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, será un referente organizacional, con un positivo reconocimiento regional; destacada por su compromiso social e incluyente y por la competitividad de sus servicios y productos

11.1.4. Valores Corporativos:

Excelencia: La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, se esfuerza constantemente para lograr satisfacer las expectativas de nuestros clientes, buscando siempre ser los mejores del mercado en cuanto a nuestra prestación del servicio.

Compromiso: La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, se destaca por su entrega, dedicación, convencimiento, identificación y pertinencia siempre presentes en nuestras acciones, para el cumplimiento de los objetivos.

Integridad: La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, actúa con firmeza, rectitud, honestidad, coherencia y sinceridad.

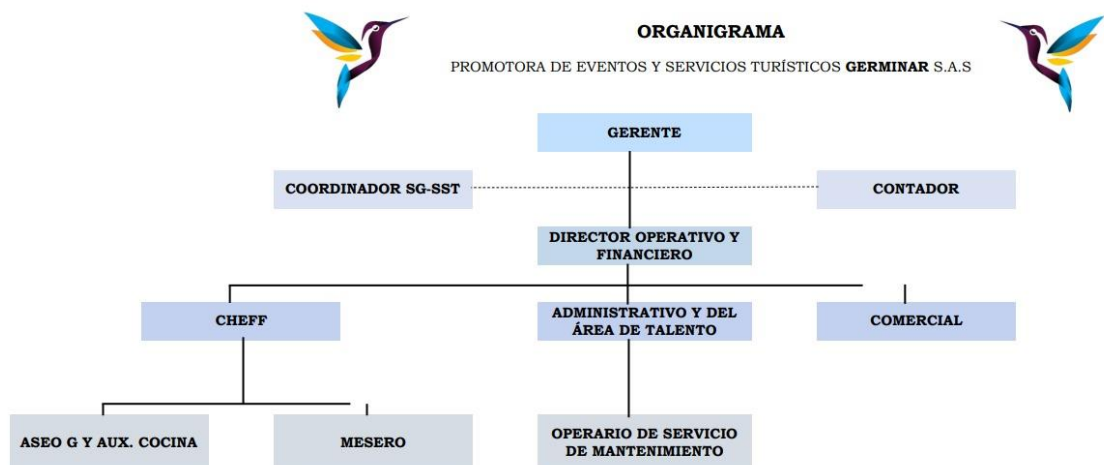
Equidad: La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, Ejecutar todos los procedimientos con justicia, igualdad e imparcialidad, buscando un impacto social positivo e integral.

Solidaridad: La promotora de eventos y servicios turísticos Germinar SAS, se adhiere y apoya incondicionalmente a las causas e intereses de nuestros clientes internos y externos; especialmente en situaciones que comprometen o dificultan su bienestar integral.

11.1.3. Organigrama:

Se diseñó el organigrama para la organización, contemplando cargos existentes y sus niveles, directivo, de apoyo, operativo y staff, el cual está en proceso de aprobación por parte del gerente.

Ilustración 24 Organigrama Entidad.

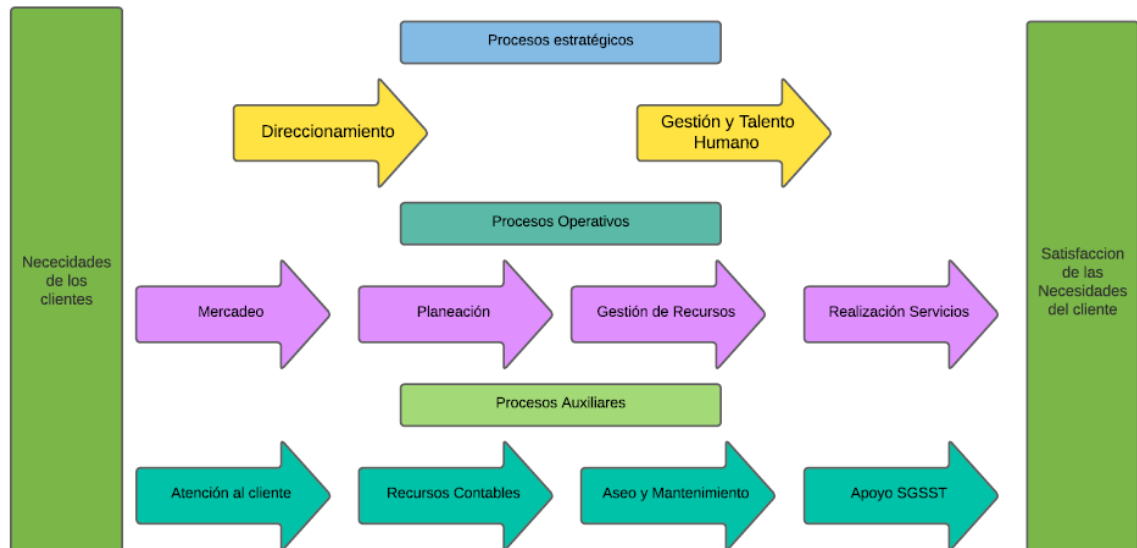


Fuente: Elaboración Propia.

11.1.5. Mapa de Procesos:

Se diseñó el mapa de procesos con base en las actividades realizadas en la organización, las funciones del personal y la interrelación entre los mismos.

Ilustración 25 Mapa de Procesos.



Fuente: Elaboración Propia.

11.1.6 Comprensión de la organización y su contexto

La matriz EFE permitió analizar y evaluar la información sobre los factores externos que podrían influir en la organización, así como diseñar estrategias, para minimizar los riesgos según la ponderación asignada.

Matriz MEFE:

Tabla 26 Matriz EFE

FACTORES INTERNOS CLAVES	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN PONDERADA
OPORTUNIDADES			
CAPACIDAD DE INNOVACIÓN	7%	3	0,21
COMUNICACIÓN Y CONTROL GERENCIAL	5%	2	0,1
HABILIDAD PARA RESPONDER A LA TECNOLOGÍA CAMBIANTE	3%	4	0,12
NIVEL DE TECNOLOGÍA UTILIZADO EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.	10%	2	0,2
VARIEDAD OFERTA DE PROVEEDORES	5%	3	0,15
EXPERIENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL	15%	4	0,6
FUERZA DEL SERVICIO, CALIDAD Y EXCLUSIVIDAD	20%	4	0,8
VENTAJA DEL POTENCIAL DE CRECIMIENTO DEL MERCADO	8%	1	0,08
AMENAZAS			
VELOCIDAD DE RESPUESTA A CONDICIONES AMBIENTALES	5%	2	0,10
CAMBIOS EN LAS NECESIDADES Y GUSTOS DE LOS CLIENTES	10%	3	0,30
RIESGOS BIOLÓGICOS Y/O ENFERMEDADES QUE GENEREN ENCIERRO.	8%	1	0,08
ESTABILIDAD DE COSTOS	4%	1	0,04
TOTAL	100%		2,78

Fuente: Formato tomado Modelo matriz EFE ⁵¹

Matriz MEFI:

La matriz EFE permitió analizar y evaluar la información sobre los factores internos que podrían influir en la organización, así como diseñar estrategias, para minimizar los riesgos según la ponderación asignada.

⁵¹ CALIDAD Y ARD. Modelo de matriz EFE, Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE, Formato 16. [en línea], [Consultado el 15 de abril del 2022]. Disponible en: <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe>

Tabla 27 Matriz MEFI

FACTORES INTERNOS CLAVES	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN PONDERADA
FORTALEZAS			
PROVEEDORES QUE PROPORCIONAN PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALTA CALIDAD	10%	3	0,3
ESPACIOS Y SERVICIO INCLUYENTES, ADAPTADOS Y DIFERENCIALES EN CUANTO A LA COMPETENCIA.	8%	4	0,32
SU ESTRUCTURA DE ESPACIOS PARA SALONES ES MULTIFORMATO Y BIOCLIMÁTICO	8%	4	0,32
MODERNOS EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	7%	3	0,21
INVERSIÓN EN ESTRATEGIAS DE INSUMOS	5%	4	0,2
CONVENIOS CON OTRAS ENTIDADES Y/ ALIADOS ESTRATÉGICOS	8%	2	0,16
DEBILIDADES			
PRECIOS MÁS ALTOS FRENTE A LA OFERTA DE PROMOTORAS DE SERVICIOS EN BOYACÁ	10%	1	0,10
RECURSOS LIMITADOS DE INVERSIÓN	15%	2	0,30
LIMITACIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y LA SEGMENTACIÓN	15%	2	0,30
BAJA INSERCIÓN TECNOLÓGICA	4%	1	0,04
ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS, FORMATOS Y MEJORA DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS	10%	2	0,20
TOTAL	100%		2,45

Fuente: formato tomado de Matriz MEFI⁵²

11.2. ANÁLISIS PESTEL:

Este análisis le permitió a la organización conocer su entorno y diseñar estrategias que permitan minimizar el impacto en la misma, así como adelantarse o prepararse para hacerles frente.

⁵² CALIDAD Y ARD. Modelo de matriz MEFI, Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE, Formato 17 [en línea], [Consultado el 15 de abril del 2022]. Disponible en: <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>

Tabla 28 PESTEL entidad.

PESTEL PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURISTICOS GERMINAR S.A.S.					
POLITICO	ECONOMICO	SOCIAL	TECNOLOGICO	ECOLOGICO	LEGAL
Constitución Política	Presupuesto	Estilo de vida	Innovación Tecnológica (redes, plataformas, etc.)	Manejo de Residuos de alimentos	Normativa de Impuestos
Política Fiscal	Crecimiento Económico	Modelos Culturales	Maquinaria, muebles, enceres y equipos.	Riesgos naturales.	Normativa sobre Salud y seguridad laboral.
	Política Innovación	Ingreso de la Familia	Patentes.	Contaminación acústica	Norma de la calidad en la atención.
	Inflación	Situación Demográfica		Generación de residuos	
				Políticas Ambientales	

Fuente: formato tomado análisis PESTEL⁵³

/

⁵³ UNIVERSIDAD DE VALENCIA, Entorno externo de la empresa, Análisis PESTEL, Formato pag 20 [en línea], [Consultado el 15 de abril del 2022]. Disponible en: <https://estrategiasmarketing.webnode.es/proyectos/>

11.3. MATRIZ DOFA

Con la identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas se establecieron estrategias tendientes a mejorar los procesos de la organización y su crecimiento y competitividad.

Tabla 29 Matriz DOFA entidad.

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS: • Experiencia en la organización en enfoque diferencial del negocio. • Personal altamente calificado, apoyando los procesos internos de la organización. • Variedad en costos, que se ajustan al presupuesto del cliente. • Diversificación de productos y servicios. • Se cuenta con proveedores que proporcionan productos y servicios de alta calidad. • Variedad en costo del evento, que se ajustan al presupuesto del cliente • Convenios con otras entidades y/o aliados estratégicos (catering y restaurantes pequeños)	DEBILIDAD: • Estandarización de algunos procesos, formatos y mejora del portafolio de servicios • Residuos darle una mejor ruta ambiental y aprovechamiento de los mismos.
OPORTUNIDADES: • Amplia oferta para selección y reclutamiento de personal • Facilidad de acceso de plataformas y sitios en línea.	Estrategias FO: • Diseñar un plan de capacitaciones y entrenamiento al personal actual y nuevo, para mejorar y estandarizar la calidad de servicio	Estrategias DO: • Revisión y/o participación en contratación con el estado y/o otros medios a través de plataformas que

• Estilo de vida de cliente variado, lo cual genera diversificación en los servicios. • Zona del establecimiento en crecimiento constante residencial y comercialmente.	• Establecer mediante plataformas, programas y herramientas que suplan futuras necesidades o requerimientos en cuanto a costos y/o área comercial.	permitan ampliar el nicho de mercado. • Solicitar y/ gestionar por medio del ente regulador la implementación de un servicio que permita recolectar los residuos y/o desperdicios de los habitantes del sector.
AMENAZAS: • Suspensión de eventos y/o servicios. • Incumplimiento de los proveedores. • Cambios en la necesidades y gustos de los clientes. • Baja demanda de eventos y/o servicios. • Resistencia interna del país y sus cambios económicos.	Estrategias FA: • Creación de plan de compras, actualización de base de datos de proveedores y/o aliados estratégicos en la prestación de servicio en caso de alguna contingencia. • Creación de plan de compras, actualización de base de datos de proveedores y/o aliados estratégicos en la prestación de servicio en caso de alguna contingencia.	Estrategias DA: • Mediante la política de atención al cliente disminuir y corregir las fallas en los servicios prestados. • Implementar planes de mejora, que permiten aumentar la oferta ajustando los bienes y servicios que se ofrecen a las necesidades de los usuarios. Asimismo, incrementando la propuesta de valor para la organización con el fin de generar mayor rentabilidad..

Fuente: formato tomado de Matriz DOFA⁵⁴

⁵⁴ GERENCIA.COM, Matriz DOFA, estrategias de análisis empresarial, Formato pag 30 [en línea], [Consultado el 15 de abril del 2022]. Disponible en: <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>.

11.4. PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD:

A continuación se presentan el diseño del SGC bajo la NTC ISO 9001:2015, para la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar, el cual está ajustado a la información encontrada y analizada en la herramienta presentada en los capítulos anteriores.

11.4.1. Comprensión de las necesidades y las expectativas de las partes interesadas.

En esta Matriz se clasifican las partes interesadas de la organización, asignándole una ponderación según su impacto y la influencia que pueden tener en la misma; Así mismo se plantea un manejo de estas con el fin de que le permitan a la organización gestionar cada una de sus expectativas y necesidades y con ello disminuir el impacto en el SGC a implementar.

Tabla 30 Matriz Partes Interesadas

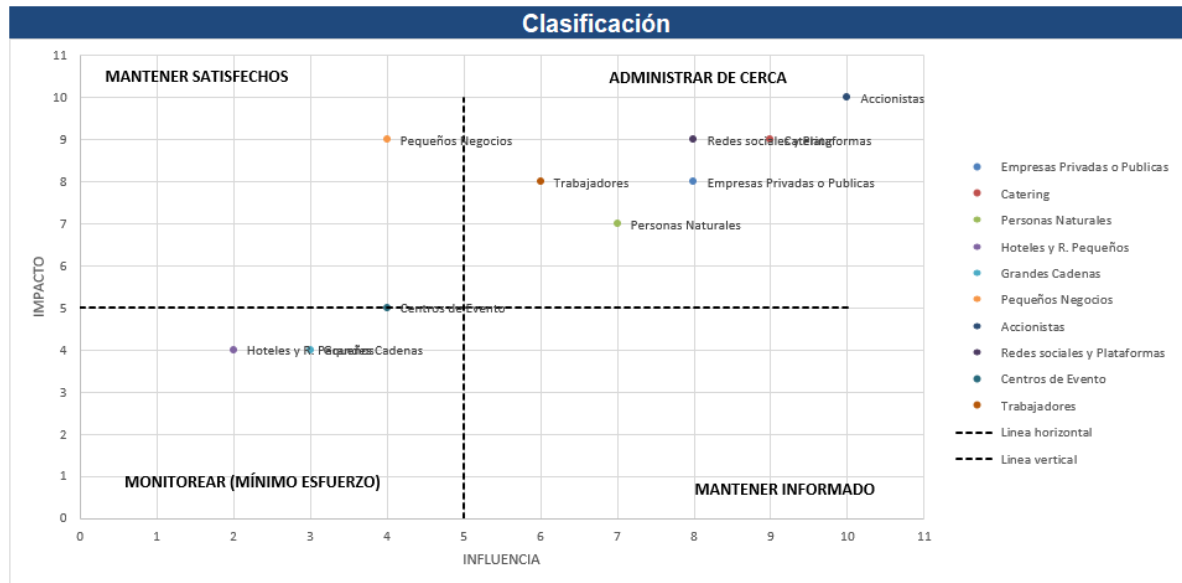
 MATRIZ DE PARTES INTERESADAS										
Grupo	#	Parte interesada	Contacto	Procesos que intervienen	Necesidades	Expectativas	Cómo afecta al SGC	IMP	IN F	Manejo
Clientes	1	Empresas Privadas o Publicas	Empresas	Realización Servicios.	Revisión del servicio, atención adecuada y entrega de productos.	Cumplimiento según lo acordado, funcionamiento adecuado del servicio y atención PQRSF	Quejas y reclamos, no satisfacción del cliente, pérdida de los mismos, exigencias de mejora y denuncias.	8	8	Cumplimiento de cada parámetro de contrato, comunicación, seguimiento de inicio a fin del servicio, incentivos futuros para continuar contrataciones.
	2	Catering	Base datos personas encargados organización eventos.	Realización Servicios.	Revisión del servicio, atención adecuada y cumplimiento pactado.	Cumplimiento según acordado ,funcionamiento adecuado del servicio y atención PQRSF	Quejas y reclamos, no satisfacción del cliente, pérdida de los mismos, exigencias de mejora y denuncias.	9	9	Cumplimiento de cada parámetro de contrato, comunicación, seguimiento de inicio a fin del servicio, incentivos futuros para próximos eventos.
	3	Personas Naturales	Lista de clientes y posibles interesados.	Realización Servicios.	Revisión del servicio, atención adecuada y entrega de productos.	Cumplimiento según acordado ,funcionamiento adecuado del servicio y atención PQRSF	Quejas y reclamos, no satisfacción del cliente, pérdida de los mismos, exigencias de mejora y denuncias.	7	7	Cumplimiento de cada parámetro de contrato, comunicación, seguimiento de inicio a fin del servicio, incentivos futuros para continuar contrataciones.

	4	Hoteles y R. Pequeños	Base datos de contacto.	Realización Servicios.	Revisión del servicio, atención adecuada y cumplimiento pactado.	Cumplimiento según acordado ,funcionamiento adecuado del servicio y atención PQRSF	Quejas y reclamos, no satisfacción del cliente, pérdida de los mismos, exigencias de mejora y denuncias.	4	2	Cumplimiento de cada parámetro de contrato, comunicación, seguimiento de inicio a fin del servicio, incentivos futuros para continuar alianzas.
Proveedores	5	Grandes Cadenas	Base datos (Makro, éxito, D1)	Gestión Recursos.	Facturación oportuna, cumplimiento del contrato, cumplimiento de requisitos calidad.	Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa, mejora precios.	Materia prima y/o productos necesarios que de no estar afectan la producción y por ende productos y/o servicios finales.	4	3	Convenios, igualmente Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo
	6	Pequeños Negocios	Base Datos (Fruver, sitios, decoración, carnicerías, pesquera)	Gestión Recursos.	Facturación oportuna, cumplimiento del contrato, cumplimiento de requisitos calidad.	Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa, mejora precios.	Materia prima y/o productos necesarios que de no estar afectan la producción y por ende productos y/o servicios finales.	9	4	Convenios, igualmente Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo
Accionistas	7	Accionistas	Junta de accionistas	Dirección de la estrategia	Más rentabilidad, y utilidad.	Buen clima laboral, mejoramiento continuo, expansión de la empresa, aumento de clientes y usuarios.	Sus decisiones son de obligatoria aplicación en la empresa.	10	10	Mantener informados del resultado de la compañía y el cumplimiento de planes y proyectos.

Medios sociales y de visibilización (proveedor)	8	Redes sociales y Plataformas	Accesibilidad y usuarios	Mercadeo	Mejor visibilización, llegada a más clientes y canales de atención.	Comunicación constante para el cumplimiento de los requisitos.	A través de creación de leyes y con las sanciones que pueda interponer por el incumplimiento de requisitos.	9	8	Auditorías de cumplimiento legal para estar preparadas ante visita del ente.
Competidores	9	Centros de Evento	Base datos	Realización Servicios.	Generación Clientes del Sector.	Tarifas y servicios diferentes.	Influencia en el sector y posibles clientes.	5	4	Estudio de mercado y revisión de la competencia.
Empleados	10	Trabajadores	Nomina	Gestión y Talento Humano.	Cumplimiento general funciones y mejora del sistema	Incumplimiento o generación errores en el servicio.	Incumplimiento de estándares, cuellos de botella,	8	6	Capacitación y retroalimentación de procesos varios.

Fuente: Formato tomado del módulo Gestión por procesos (semestre I)

Ilustración 26 Clasificación de partes Interesadas



Fuente: Formato tomado del módulo Gestión por procesos (semestre I)

Análisis:

- La organización debe procurar “administrar de cerca” a:
 - Accionistas: la organización depende de las decisiones de la alta dirección por tanto es importante tener en cuenta sus apreciaciones.
 - Catering: aquellas empresas que puedan requerir servicios de catering, con el fin de fidelizarlos y lograr contacto con potenciales clientes de otros servicios.
 - Personas naturales y empresas privadas o públicas: son ellos quienes potencialmente contrataran el servicio de eventos con la organización y podría eventualmente referirla.
 - Trabajadores: al mantener en condiciones dignas y con ciertos privilegios los trabajadores prestaran de mejor manera sus servicios, impactando de manera positiva la imagen de la organización.
 - Redes sociales y plataformas digitales: las redes sociales son uno de los medios de comunicación más rápidos actualmente, por tal motivo se debe prestar mucha atención al material e información que se publica, este puede influir en ambos sentidos favorable y desfavorablemente y el impacto puede llevar a la organización al reconocimiento o al fracaso.

- La organización debe procurar “monitorear” a:
 - Hoteles y pequeños restaurantes: a pesar de ser parte de la competencia no es prudente administrar de cerca, con el hecho de monitorearlos le permite a la organización establecer planes de acción para contrarrestar los riesgos a los que se puede enfrentar por las decisiones de estos.
 - Grandes cadenas: las grandes superficies son proveedores de la organización, por ellos se debe mantener “supervisada” en cuanto a los precios de los insumos que generalmente consume, prebendas por ser clientes usuales y beneficios adicionales que le permitan a la organización prestar sus servicios, manteniendo la calidad a un mejor costo.
- La organización debe procurar “monitorear y mantener satisfechos” a:
 - Centros de eventos: siendo la competencia directa se deben mantener buenas relaciones con ellos, evitando así un impacto negativo en nuestras contrataciones y minimizando la influencia que puedan tener en la decisión de clientes potenciales.

11.4.2. Alcance del sistema de gestión de la calidad.

La promotora de eventos y servicios turísticos GERMINAR S.A.S. tiene como actividad principal la prestación de servicios y/o eventos empresariales y familiares de catering eventos, actualmente se encuentra ubicada en el municipio de Combita, más exactamente en la vereda La Concepción parte baja.

Esta organización se constituyó en febrero de 2021 y busca certificar sus procesos operativos bajo los requisitos del bajo la Norma ISO 9001:2015, ya que ha podido mantener a sus clientes gracias la confianza generada y su mejora continua.

11.4.3. Política del sistema de gestión de la calidad.

POLITICA DEL SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD

La promotora de eventos y servicios turísticos GERMINAR S.A.S pretende brindar un excelente servicio en cada una de las funciones ejecutadas, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Por lo anterior la Dirección General ha decidido implementar el Sistema de gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001 de 2015 y se compromete a cumplir cada uno de sus requisitos, a implementar las acciones necesarias para su mejora continua y a cumplir con los requisitos legales aplicables, así como a destinar los recursos necesarios para ello.

La política de calidad establece los siguientes lineamientos para el óptimo funcionamiento de la promotora de eventos y servicios turísticos GERMINAR S.A.S:

- Brindar un productos y servicios de alta calidad, continuamente mejorados para satisfacer las necesidades de los clientes
- Contar con el personal idóneo para la prestación de los servicios y entrega de productos.
- Adecuar los espacios, con el fin de brindar accesibilidad a todos nuestros clientes.
- Contar con proveedores competentes, que permitan el cumplimiento en la entrega de productos y servicios.
- Empezar acciones en pro del cuidado del medio ambiente.

REVISÓ

DANIEL ARAQUE REYES

APROBÓ

JAVIER ARAQUE ELAICA

11.4.4. Objetivos del sistema de gestión de la calidad.

- Asegurar la accesibilidad de los clientes a la información sobre productos y servicios ofertados.
- Garantizar los recursos necesarios (humanos, de infraestructura, tecnológicos, etc.), para el desarrollo de su objetivo principal.
- Contribuir con el bienestar de los clientes y beneficiarios, brindando productos y servicios de alta calidad.
- Garantizar la mejora continua de los procesos.

11.4.5. Descripción y caracterización de Cargos.

Se realizó el perfil de cargo y la caracterización de los cargos que están involucrados en los procesos operativos, así como de los demás cargos de la organización, temiendo como base el Manual de Funciones y Contratos (ver anexo)

	Descripción y perfil de cargo	Código:	SII-RH-XX
		Versión:	1

Descripción del cargo	
I. Datos generales	
Código de puesto	PV1
Nombre del puesto	Gerente General
Proceso relacionado	Directivo
Reporta a	Inspector de seguridad y salud en el trabajo, contador, director operativo y financiero
Cargo de Jefe inmediato	Socios
II. Objetivo del puesto	Planear, organizar, dirigir, controlar y evaluar la gestión administrativa, comercial y operativa de la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S
III. Funciones y Responsabilidades	

En la organización		
1	Elaborar y monitorear el presupuesto general de ingresos y egresos, y el ejecutado mensual.	H
2	Asesorar a la dirección general de la promotora sobre cuestiones y requerimientos legales, de las áreas laborales.	H
3	Realizar informe del ejecutable mensual, de proyección y cumplimiento	H
4	Realización de pagos tributarios, actualización de base de datos de los RUT de proveedores	V

Con el personal		
1	Actualizar base de datos de aspirantes laborales	P
2	Asumir el rol de responsable de la gestión humana de la promotora de eventos Germinar S.A.S , consecución de personal, conciliación de conflictos, descargos o memorandos y labores administrativas relacionadas con el área: contrataciones, exámenes de ingreso, sanciones, despidos, permisos, licencias, afiliaciones a salud y pensión, realización de contratos laborales, seguridad social, vacaciones y cuando se le finalice el contrato a un trabajador este debe de darle un aviso previo un mes.	P
3	Realizar las respectivas liquidaciones a seguridad social y los para fiscales.	H
4	Aprobar las nóminas de pago de los empleados.	V
5	Participar y ejecutar activamente en los grupos de entrenamiento, con el fin de capacitar al personal del trabajo	A
6	Tomar decisiones administrativas dirigidas a la asignación de trabajo y responsabilidad del personal.	A

Con la administración		
1	Planear, organizar, controlar la información y soportes contables de todas las operaciones del hotel, produciendo los informes financieros en forma veraz y oportuna.	P
2	Tomar decisiones dirigidas para lograr los objetivos del área con claridad y eficiencia.	P
3	Elaborar planes para desarrollar actividades y dirección a cada uno de los involucrados de la empresa	P
4	Controlar y conciliar el movimiento y soportes contables de auditoría de ingresos, egresos y costos, para lograr una información oportuna y veraz que facilite lograr el objetivo del área.	H

5	Definir la forma de lograr los objetivos a través de los recursos disponibles, para obtener los resultados esperados.	H
6	Aportar sugerencias para mejorar las condiciones de bienestar social y los procesos operacionales y de información.	V
7	Apoyar el trabajo del equipo para cumplir con los objetivos.	V

Perfil de cargo

I. Estudios

Escolaridad

Profesional

Avance

Finalizado

Estudio realizado o en curso	Área de enfoque
Curso en área administrativa, financiera o contable.	Administrativa
Especialización en talento humano o Gerencia.	
Pregrado en áreas administrativas, contables e Ingeniería Industrial.	

II. Experiencia

Área de experiencia	Años
Administrativa y operaciones	5

III. Formación

Formación	Tipo de formación
Marketing digital	Capacitación
Computación	Entrenamiento
Comercialización y ventas	Capacitación
Finanzas, contabilidad y administración	Diplomado

IV. Habilidades

Habilidades	Nivel
-------------	-------

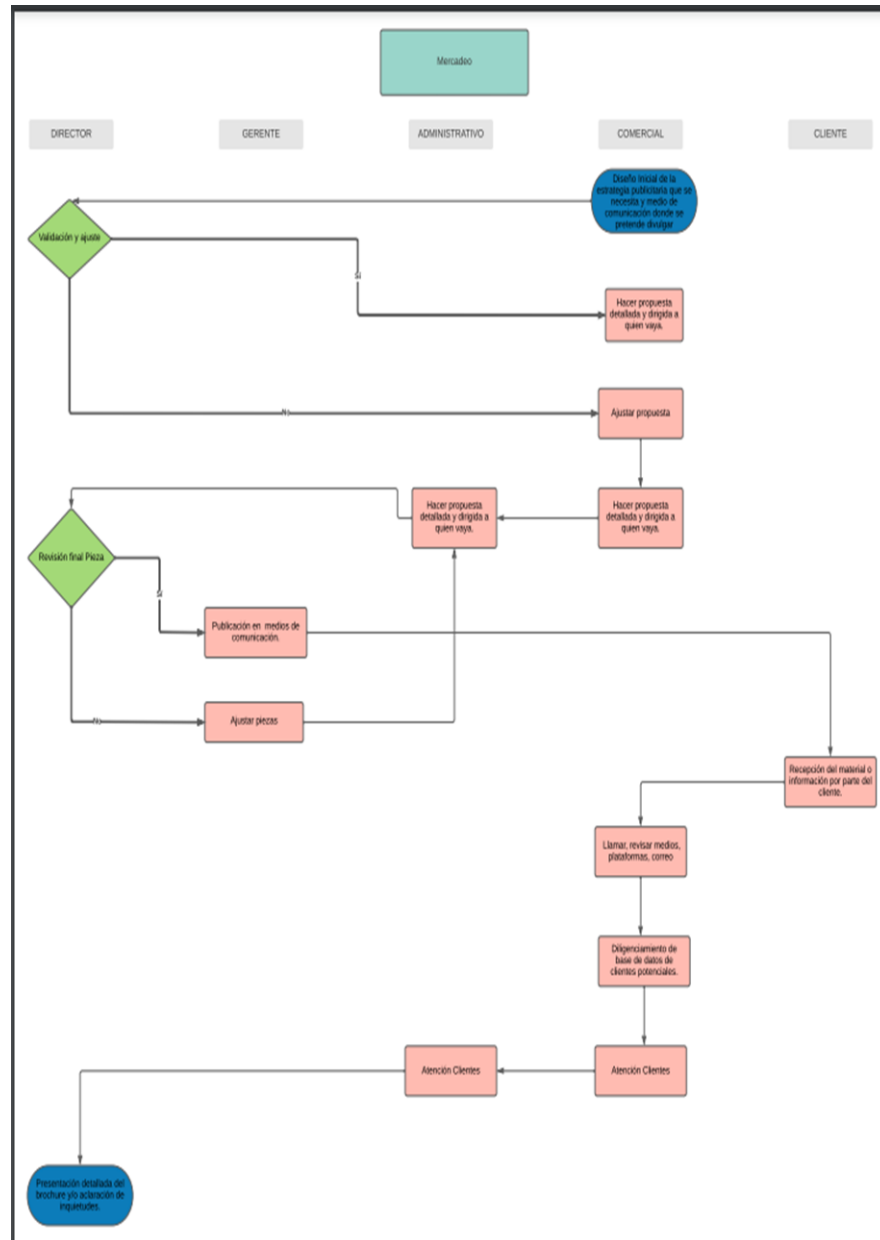
Capacidad de negociación	Alto
Trabajo en equipo	Alto
Capacidad de análisis y resolución de problemas	Alto
Buen manejo de relaciones públicas	Alto

Fuente: Formato tomado del módulo Liderazgo y Gestión (semestre I)

11.4.6. Flujograma de los Procesos Operativos

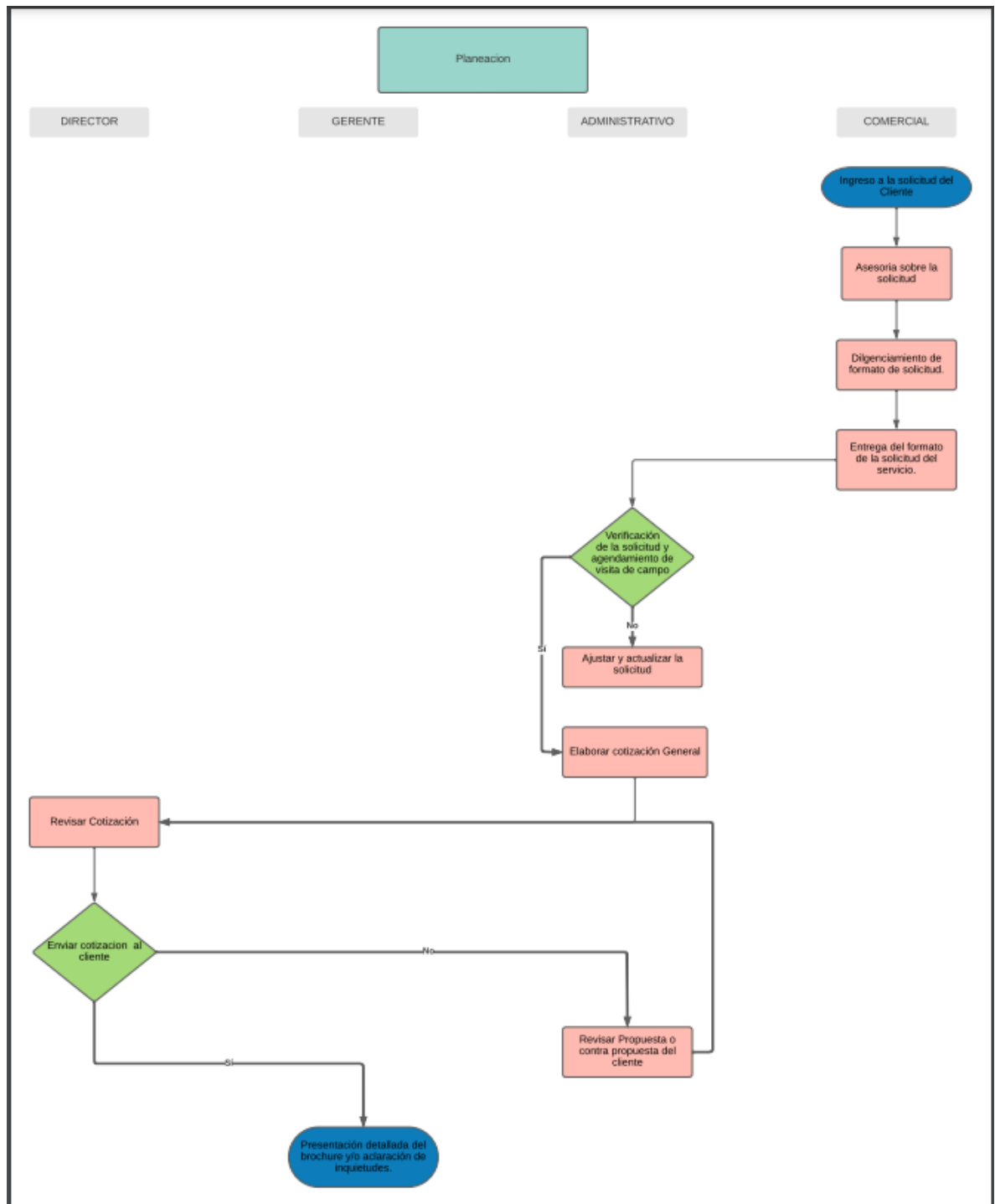
Se realiza el paso a paso de los procesos operativos teniendo presente la interacción y responsabilidad de cada uno de los miembros de la organización, basándose en el procedimiento consultado por parte del equipo de trabajadores.

Ilustración 27 Flujograma Proceso de Mercado



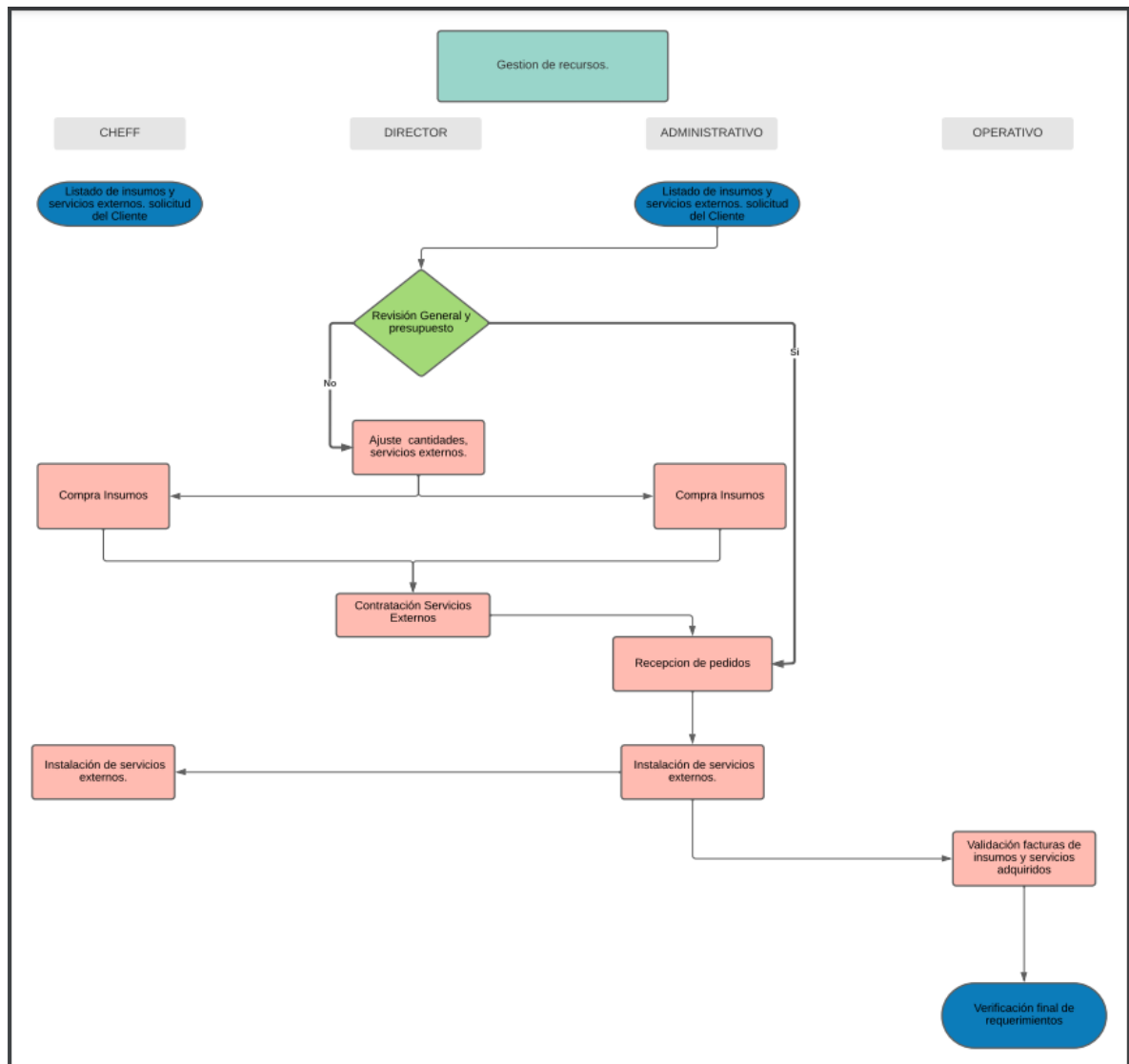
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 28 Flujograma Proceso de Planeación.



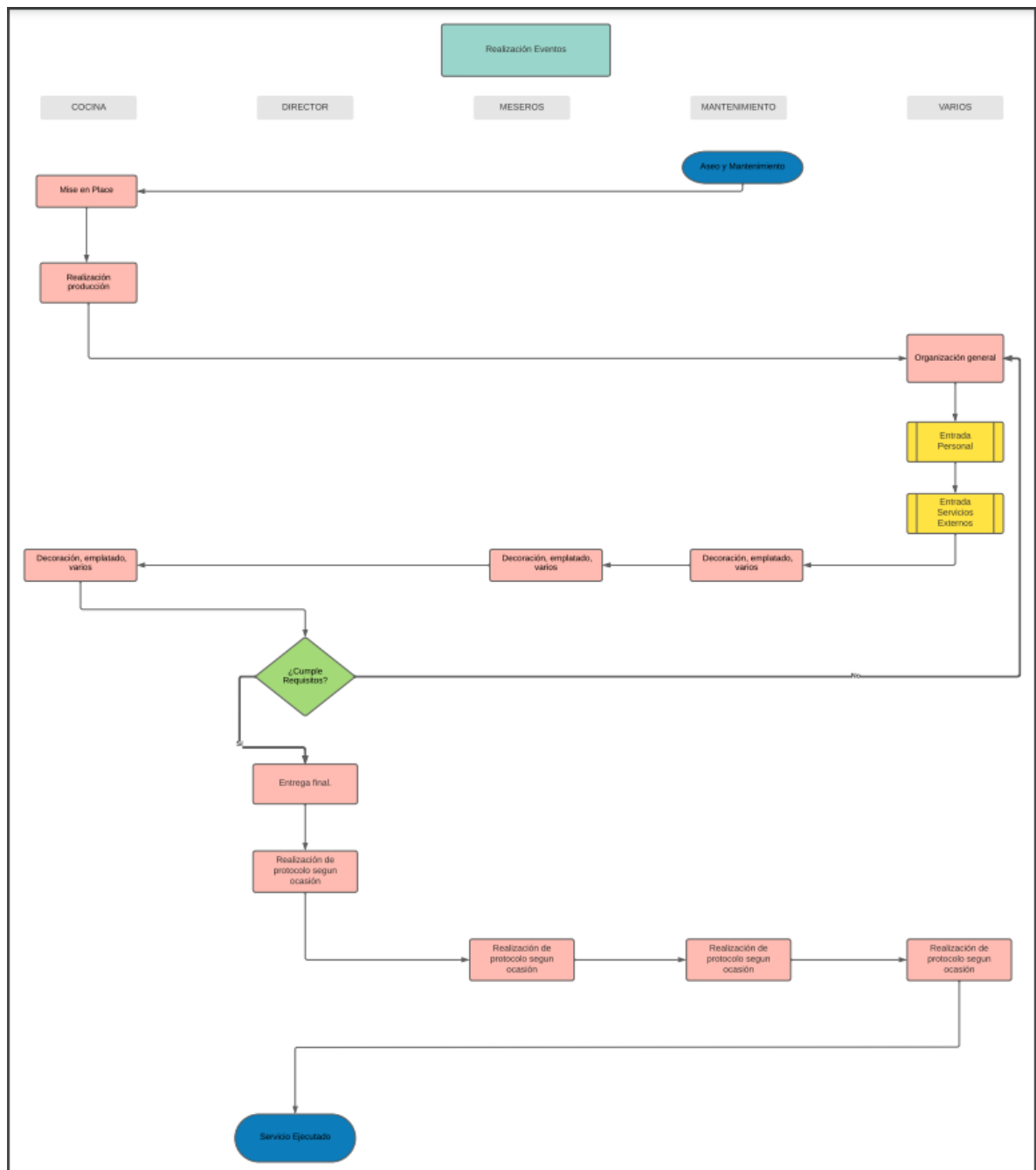
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 29 Flujograma de Proceso de Gestión de Recursos.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 30 Flujograma de Proceso de Realización de Eventos.



Fuente: Elaboración propia.

11.4.7. Caracterización de Procesos Operativos:

Se caracterizan los cuatros procesos anteriores a través del siguiente modelo de formato el cual tiene un objetivo, alcance, las entradas, salidas y actividades con la interacción del proveedor y usuario, los recursos, requisitos y objetivos.

11.4.5.1 Proceso de mercadeo.

Tabla 31 Caracterización de Procesos Operativos

 PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURISTICOS GERMINAR S.A.S	CODIGO:	PR-O-1	VERSION:
			Vr. 001
	FECHA:	4/4/2022	
CARACTERIZACIÒN DE PROCESOS OPERATIVOS			
PROCESO	MERCADEO	RESPONSABLE	DIRECTOR OPERATIVO Y FINANCIERO
OBJETIVO DEL PROCESO	Diseñar estrategias de divulgación de los servicios que ofrece la organización, a través de los diferentes medios de comunicación, con el fin de posicionarla en la región.		
ALCANCE DEL PROCESO	Inicia con la identificación de las necesidades del cliente y el reconocimiento de la pertinencia de lo que se quiere comunicar, a quien y como, continua con el diseño y elaboración del material y termina con la publicación y divulgación del mismo		

PROVEEDOR	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	USUARIOS
Cliente Área comercial Administrativa Director operativo	Llamadas y mensajes. Visita de campo (en las instalaciones) Formato de solicitud cotizaciones Propuesta o contrapropuesta de clientes	Planear: elaborar el plan de comunicaciones diseño de estrategias publicitarias elaborar presupuesto Hacer: recibir y dar gestión a las solicitudes aprobar diseño de estrategias publicitarias elaborar el material publicitario (videos, entrevistas, piezas gráficas, etc.) Divulgar la información actualizar la información según servicios Verificar: realizar seguimiento al plan de comunicaciones evaluar la eficiencia y eficacia de las estrategias implementadas Actuar: elaborar plan de mejoras	Plan de comunicaciones Información para actualizar la matriz de necesidades y expectativas Estrategias publicitarias (videos, entrevistas, piezas gráficas, etc.) Presupuesto del proceso Plan de mejoras	Gerencia Mercadeo Administrativo Clientes
RECURSOS NECESARIOS				

FINANCIEROS			
TALENTO HUMANO			
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA			
REQUISITOS APLICABLES			
LEGALES		NTC ISO 9001:2015	
LEY 1480 DE 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones".		4. Contexto de la Organización	
LEY 23 DE 1982 "Derechos de autor"		5. Liderazgo	
		6. Planificación	
		7. Apoyo	
		8. Operación	
		9. Evaluación del desempeño	
		10. Mejorar	
SEGUIMIENTO Y MEDICION DEL PROCESO			
OBJETIVO ESTRATEGICO CON EL QUE ESTA ALINEADO EL PROCESO			
Garantizar que el portafolio de servicios y productos este actualizado.			
INDICADORES DE GESTION			
OBJETIVO DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD AL QUE APOYA	NOMBRE DEL INDICADOR	META	PERIODICIDAD
Asegurar la accesibilidad de los clientes a la información sobre productos y servicios ofertados.	1. Actualizaciones realizadas en medios de comunicación	90%	Mensual

	2. Personas que contactaron a la promotora	Aumento del 10% con relación al mes anterior.	Mensual
--	--	---	---------

Fuente: Formato tomado del módulo Gestión por procesos (semestre I)

11.4.5.2. Proceso de Planeación.

Tabla 32 Caracterización de Procesos Operativos

		CODIGO:	PR-O- 02	VERSION:
PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURISTICOS GERMINAR S.A.S				
		FECHA:	4/4/2022	Vr. 001
CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS				
PROCESO		RESPONSABLE	DIRECTOR OPERATIVO Y FINANCIERO	
	PLANEACIÓN			
OBJETIVO DEL PROCESO	Brindar asesoría y acompañamiento en el proceso de solicitud de un servicio, desde la intención de su realización hasta concretar el servicio.			
ALCANCE DEL PROCESO	Inicia con el diligenciamiento del formato de solicitud, continua con establecer contacto con el cliente potencial y la validación de lo solicitado VS la oferta (incluyendo visita a las			

	instalaciones), continua con la elaboración de la cotización y finaliza con la elaboración del contrato.			
PROVEEDOR	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	USUARIOS
Cliente Área comercial Administrativa Director operativo	Documento formato de solicitud Base de datos de proveedores	Planear: Diligenciamiento del documento: formato de solicitud Hacer: Establecer contacto con proveedores y Solicitar cotización Elaborar cotización ajustada a los requerimientos Confirmar aceptación del cliente Realizar reserva del lugar y comunicar a las personas encargadas Verificar: Elaborar contrato Actuar: Actualizar proveedores Validar cláusulas del contrato	Documento formato de solicitud diligenciado Cotización aprobada por el cliente Actualización de reservas Actualización de base de datos de proveedores Contrato	Clientes Director operativo y Financiero Área comercial Administrativo

RECURSOS NECESARIOS	
FINANCIEROS	
TALENTO HUMANO	
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	
REQUISITOS APLICABLES	
LEGALES	NTC ISO 9001:2015
LEY 1480 DE 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones". Decreto 410 de 1971 " por medio del cual se expide el Código de comercio"	4. Contexto de la Organización 4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente 5. Liderazgo 5.1.2. Enfoque al cliente 5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización 6. Planificación 6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades 6.3. Planificación de los cambios 7. Apoyo 7.1. Recursos 7.1.2. Personas 7.1.3. Infraestructura 7.5.2. Creación y actualización 8. Operación 8.2.2. Determinación de los requisitos del cliente 8.2.3. Revisión de los requisitos del cliente 8.2.4. Cambios en los requisitos para los productos y servicios

		8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios 9. Evaluación del desempeño 9.3. Entradas de la revisión por la dirección 10.3 Mejorar	
SEGUIMIENTO Y MEDICION DEL PROCESO			
OBJETIVO ESTRATEGICO CON EL QUE ESTA ALINEADO EL PROCESO			
Contribuir con el bienestar integral de los clientes y beneficiarios de los servicios ofrecidos.			
INDICADORES DE GESTION			
OBJETIVO DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD AL QUE APOYA	NOMBRE DEL INDICADOR	META	PERIODICIDAD
Contribuir con el bienestar de los clientes y beneficiarios, brindando productos y servicios de alta calidad.	Cumplimiento de requisitos del cliente	95%	mensual
	Evaluación de proveedores.	50%	mensual

Fuente: Formato tomado del módulo Gestión por procesos (semestre I)

11.4.5.3. Proceso de Gestión de Recursos.

Tabla 33 Caracterización de del Proceso de Gestión de Recursos.

 PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURISTICOS GERMINAR S.A.S	CODIGO:		PR-O-03	VERSION:
				Vr. 001
	FECHA:		4/4/2022	
CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS				
PROCESO	GESTIÓN DE RECURSOS		RESPONSABLE	DIRECTOR OPERATIVO Y FINANCIERO
OBJETIVO DEL PROCESO	Realizar la gestión de los recursos necesarios para el desarrollo del evento, según las necesidades y expectativas del cliente.			
ALCANCE DEL PROCESO	Inicia con la elaboración del listado de insumos y servicios externos, continua con la asignación de recursos requeridos (financieros, físicos, de infraestructura, etc.) y finaliza con la recepción de insumos e instalación de servicios externos.			
PROVEEDOR	ENTRADAS	ACTIVIDADES		USUARIOS
		SALIDAS		

Director Área comercial Administrativa Operativo Chef	Formato de requerimientos Listado de insumos y servicios externos Base de datos de los proveedores	Planear: Elaborar listado de insumos y servicios externos Realizar revisión general de requerimientos y presupuesto Hacer: Compra de insumos Recepción de pedidos Instalación de servicios externos Verificar: validación de facturas de insumos y servicios adquiridos Actuar: Verificación final de requerimientos instalados	Presupuesto del evento Verificación de los insumos solicitados vs insumos adquiridos Recibo de pago de insumos y servicios externos	Gerencia Chef Administrativo Clientes
RECURSOS NECESARIOS				
FINANCIEROS				
TALENTO HUMANO				
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA				
DOCUMENTACIÓN				
REQUISITOS APLICABLES				

LEGALES	NTC ISO 9001:2015
LEY 9 DE 1979 "Por la cual se dictan Medidas Sanitarias." Decreto 679 DE 2016 "Regulación en el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos"	4. Contexto de la Organización 4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente 5. Liderazgo 5.1.2. Enfoque al cliente 5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización 6. Planificación 6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades 6.3. Planificación de los cambios 7. Apoyo 7.1. Recursos 7.1.2. Personas 7.1.3. Infraestructura 7.2. Competencia 7.5.2. Creación y actualización 8. Operación 8.2.2. Determinación de los requisitos del cliente 8.2.3. Revisión de los requisitos del cliente 8.2.4. Cambios en los requisitos para los productos y servicios 8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente 9. Evaluación del desempeño 9.3. Entradas de la revisión por la dirección 10.3 Mejorar

SEGUIMIENTO Y MEDICION DEL PROCESO			
OBJETIVO ESTRATEGICO CON EL QUE ESTA ALINEADO EL PROCESO			
Garantizar la auto sostenibilidad, rentabilidad y competitividad de la organización Germinar.			
INDICADORES DE GESTION			
OBJETIVO DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD AL QUE APOYA	NOMBRE DEL INDICADOR	META	PERIODICIDAD
Garantizar los recursos necesarios (humanos, de infraestructura, tecnológicos, etc.), para el desarrollo de su objetivo principal.	CUMPLIMIENTO DE SERVICIOS EXTERNOS	95%	MENSUAL
	VARIACION DE COSTOS EN INSUMOS	10%	MENSUAL

Fuente: Formato tomado del módulo Gestión por procesos (semestre I)

11.4.5.4. Proceso de Realización del evento.

Tabla 34 Caracterización de proceso de Realización de Eventos.

 PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURISTICOS GERMINAR S.A.S		CODIGO:	PR-O-04	VERSION:
				Vr. 001
		FECHA:	4/4/2022	
CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS				
PROCESO	REALIZACIÓN DEL EVENTO		RESPONSABLE	DIRECTOR OPERATIVO Y FINANCIERO
OBJETIVO DEL PROCESO	Prestar servicios y ofrecer productos de calidad a los clientes de la Promotora de Eventos y Servicios Germinar S.A.S			
ALCANCE DEL PROCESO	Inicia con la organización de las instalaciones, continua con el alistamiento de los requisitos para el servicio e instalación de os servicios contratados externamente, por último se realiza una verificación de los requisitos y la conformidad de los mismos y finaliza con la realización del protocolo.			
PROVEEDOR	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	USUARIOS

Cliente Área comercial Administrativa Director operativo	Cronograma de actividades de aseo y mantenimiento	Planear: Elaborar cronograma de actividades en cocina, recepción de servicios externos e insumos	Cronograma de actividades específicas para el evento	Gerencia Mercadeo Administrativo Clientes Director operativo
	Menaje	Hacer: Organizar las áreas según requerimiento (zona selfie, área de juegos, zonas verdes, etc.)	Ejecución del servicio	
	Contratación de personal		Plan de mejoras	
	Materiales de decoración	Ejecución de “Mice en place” Realizar inducción al personal nuevo e instrucciones particulares para cada evento Montaje de la decoración del salón		
RECURSOS NECESARIOS				
FINANCIEROS				
TALENTO HUMANO				
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA				
REQUISITOS APLICABLES				
LEGALES			NTC ISO 9001:2015	

LEY 1480 DE 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones".	4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente 5. Liderazgo 5.1.2. Enfoque al cliente 5.3. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización 6. Planificación 6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades 6.3. Planificación de los cambios 7. Apoyo 7.1. Recursos 7.1.2. Personas 7.1.3. Infraestructura 7.2. Competencia 7.4. Comunicación 8. Operación 8.2.3. Revisión de los requisitos del cliente 8.2.4. Cambios en los requisitos para los productos y servicios 8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios 8.3.6. Cambios del diseño y desarrollo 8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente 8.6. Liberación de los productos y servicios 8.7. Control de las salidas no conformes 9. Evaluación del desempeño
--	---

		9.3. Entradas de la revisión por la dirección 10.1. Generalidades 10.2 No conformidad y acción correctiva 10.3 Mejorar	
SEGUIMIENTO Y MEDICION DEL PROCESO			
OBJETIVO ESTRATEGICO CON EL QUE ESTA ALINEADO EL PROCESO			
Contribuir con el bienestar integral de los clientes y beneficiarios de los servicios ofrecidos.			
INDICADORES DE GESTION			
OBJETIVO DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD AL QUE APOYA	NOMBRE DEL INDICADOR	META	PERIODICIDAD
Contribuir con el bienestar de los clientes y beneficiarios, brindando productos y servicios de alta calidad	Porcentaje de cumplimiento del cronograma	100%	Mensual

Fuente: Formato tomado del módulo Gestión por procesos (semestre

11.4.8. Matriz de riesgo

Se elabora la matriz de riesgos, teniendo en cuenta el nivel de consecuencia y probabilidad de los riesgos en los diferentes procesos, basados en los objetivos y proyectando el posible tratamiento, acciones, responsables y la evidencia objetiva requerida.

Tabla 35 Matriz de riesgos

 PROMOTORA DE EVENTOS Y SERVICIOS TURISTICOS GERMINAR S.A.S.										MATRIZ DE RIESGOS									
PROCESOS:										OPERATIVOS									
TIPO DE PROCESO	PROCESO	OBJETIVO DE PROCESO	IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO			CONSECUENCIA		ANALISIS						P * C	CALIFICACIÓN	TRATAMIENTO DEL RIESGO			
			RIESGO	CAUSA	EFECTO	POSITIVO	NEGATIVO	PROBABILIDAD			CONSECUENCIA					Acciones	Responsable	Evidencia	
								1	3	5	1	3	5						
OPERATIVOS	Mercadeo	Diseñar estrategias de divulgación de los servicios que ofrece la organización, a través de los diferentes medios de comunicación	Que la estrategia diseñada No genere el impacto esperado	El contenido no cumple con las expectativas del cliente	Falta de interés por conocer los servicios y por ende adquisición de los mismos		x	1				3		3	BAJA	Realizar la verificación y validación del material antes de su publicación	Mercadeo y director.	Aprobación de las partes, quien verifica y quien valida	

		n, con el fin de posicionarla en la región.															
Planeación	Brindar asesoría y acompañamiento en el proceso de solicitud de un servicio, desde la intención de su realización hasta concretar el servicio.	Que la asesoría no cumpla las necesidades y expectativas del cliente por ello no se concrete el servicio	No disponibilidad de personal para que ofrezca la asesoría o la no prestación de servicios esperados por el cliente	No adquisición de servicios		x	1				3		3	BAJA	Garantizar la disponibilidad del personal para brindar asesoría, en los horarios y medios de comunicación establecidos	Mercadeo y director.	Divulgación del horario de atención y los medios por medio de los cuales se puede obtener información sobre productos y servicios
Gestión de Recursos	Realizar la gestión de los recursos necesarios para el desarrollo del evento, según las necesidades y expectativas del cliente.	Que al momento de contactar a los proveedores no tengan disponibilidad para prestar el servicio o suministrar los insumos	El proveedor no cuenta con la capacidad requerida o compromisos previos a la solicitud de la organización	Cambios en las condiciones pactadas o incumplimiento de las mismas		x			5		3		15	MEDIO	Búsqueda de proveedores nuevos. Actualización constante de la base de datos de los proveedores y contar con varios de ellos como plan de contingencia según disponibilidad	Mercadeo y administrativo.	Registro de proveedores nuevos. Comunicado al personal pertinente con la actualización

																	ad de los mismos Comunicación de la actualización a las partes pertinentes.		
	Realización de eventos	Prestar servicios y ofrecer productos de calidad a los clientes de la Promotora de Eventos y Servicios Germinar S.A.S	Que tanto los servicios y productos ofrecidos por la organización, así como los externos no cumplan con los estándares de calidad ofrecidos	Quejas, reclamos o incluso medidas judiciales	Perdida de la buena reputación de la organización, sanciones, entre otras		x			5		3		15	MEDIO	Verificar previamente e al inicio del evento que los requerimientos del cliente estén acorde con lo contratado Delegar a una persona, por área, para que verifique el desarrollo del evento y que en caso de fallas pueda solucionar las novedades	Delegado por área	Lista de chequeo con los requisitos Listado de asistencia a la socialización del personal responsable de cada área antes del evento.	

Rango (consecuencia)

Tabla 36 Rangos matriz de riesgos.

BAJA	Entre 1 y 9
MEDIA	Entre 10 y 15
ALTA	25

Fuente: Elaboración propia

Ponderación

Tabla 37 Ponderación Matriz de riesgo

	CONSECUENCIA		
PROBABILIDAD	Baja	Media	Alta
Poco Probable	1	3	5
Probable	3	9	15
Muy Probable	5	15	25

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la matriz de riesgos, de los procesos operativos el proceso de gestión de recursos y el proceso de realización de eventos son los que sin ser críticos están en el límite superior de las consecuencias, es decir que se deben establecer estrategias que permitan minimizar la probabilidad de la ocurrencia de una consecuencia no deseada, es por ello que se sugiere establecer los siguientes controles:

Gestión de recursos:

- Búsqueda de proveedores nuevos.
- Registro de proveedores nuevos en la base de datos de la organización.
- Comunicado al personal pertinente, sobre la actualización

Realización de eventos:

- Socialización del personal responsable de cada área, previo al inicio del evento.
- Entrega de la lista de chequeo que contiene los requisitos del evento, a los encargados de cada área, quienes deberán diligenciarla y dar solución las novedades presentadas o direccionarlas al responsable.

11.4.9 Indicadores

Tabla 38 Indicadores de Proceso de Mercadeo

FICHA DEL INDICADOR 1		
Nombre del indicador	Actualizaciones realizadas en medios de comunicación	
Código	PR-O- 01-1	
Objetivo	Asegurar que los clientes tengan acceso a la información y que la misma este actualizada	
Responsable del Indicador	Comercial	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Actualizaciones en medios de comunicación realizadas / Actualizaciones en medios de comunicación programadas) * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	90%	
Resultado		PR-O- 01-1 ≥90%
		90%≥ PR-O- 01-1 <100%
		PR-O- 01-1 < 90%
Interpretación	Mide el porcentaje actualizaciones realizadas e medios de comunicación, con el fin establecer la pertinencia y eficacia de las comunicaciones	
FICHA DEL INDICADOR 2		
Nombre del indicador	Personas que solicitaron información sobre los servicios ofrecidos por la promotora	
Código	PR-O-01-2	
Objetivo	Conocer la intención de contratación	
Responsable del Indicador	Comercial	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Número de clientes potenciales del mes / Número de clientes potenciales del mes anterior) * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	

Meta	10% en relación al mes anterior.	
Resultado		PR-O-01-2 $\geq 10\%$
		$10\% \geq \text{PR-O-01-2} < 50\%$
		PR-O-01-2 $< 10\%$
Interpretación	Mide el porcentaje de clientes potenciales mes a mes	

Fuente: formato tomado del módulo Planeación estratégica (semestre I).

Tabla 39 Indicadores de Proceso de Gestión de Recursos.

FICHA DEL INDICADOR 1		
Nombre del indicador	CUMPLIMIENTO DE SERVICIOS EXTERNOS	
Código	PR-O-03-1	
Objetivo	Verificar del cumplimiento de los servicios establecidos externamente	
Responsable del Indicador	Director operativo y financiero	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Servicios externos recibidos a conformidad / Servicios externos contratados) * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	95%	
Resultado		PR-O-03-1 ≥95%
		95%≥ PR-O-03-1 <100%
		PR-O-03-1 < 95%
Interpretación	Mide el porcentaje de cumplimiento de los servicios contratados externamente, es decir aquellos recibidos a conformidad	
FICHA DEL INDICADOR 2		
Nombre del indicador	Variación de costos en insumos	
Código	PR-O-03-2	

Objetivo	Verificar la variación entre lo presupuestado en costos de insumos y lo ejecutado (consolidado de eventos en el mes) .	
Responsable del Indicador	Director operativo y financiero, Comercial	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Costos totales de insumos en el mes XX / Presupuesto de insumos en el mes XX) * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	95%	
Resultado		PR-O-03-2 ≥95%
		95%≥ PR-O-03-2 < 100%
		PR-O-03-2 < 100%
Interpretación	Mide el porcentaje de inversión en costos Vs lo presupuestado	

Fuente: formato tomado del módulo Planeación estratégica (semestre I).

Tabla 40 Indicadores de Proceso de Realización de Servicio.

FICHA DEL INDICADOR 1		
Nombre del indicador	Porcentaje de cumplimiento del cronograma	
Código	PR-O-04-1	
Objetivo	Verificar el cumplimiento del cronograma	
Responsable del Indicador	Administrativo	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Actividades realizadas / Actividades programadas) * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	98%	
Resultado		PR-O-03-1 ≥98%

		95%≥ PR-O-03-1 <98%
		PR-O-03-1 < 98%
Interpretación	Mide el porcentaje de cumplimiento de las actividades programadas previas al evento	

Fuente: formato tomado del módulo Planeación estratégica (semestre I).

Tabla 41 Indicadores de Proceso de Planeación.

FICHA DEL INDICADOR 1		
Nombre del indicador	Cumplimiento de requisitos del cliente	
Código	PR-O-02-1	
Objetivo	Verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por el cliente	
Responsable del Indicador	Comercial	
Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Requisitos contratados / Requisitos solicitados en el "Formato de solicitud") * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	95%	
Resultado		PR-O-02-1 ≥95%
		95%≥ PR-O-02-1 <100%
		PR-O-02-1 < 95%
Interpretación	Mide el porcentaje de cumplimiento de los requisitos establecidos por el cliente y los entregados por la promotora	
FICHA DEL INDICADOR 2		
Nombre del indicador	Evaluación de proveedores	
Código	PR-O-02-2	
Objetivo	Consolidar una base de datos de proveedores de diferentes productos y servicios, con el fin de mejorar la prestación de servicios y la oferta de productos	
Responsable del Indicador	Director operativo y financiero, Comercial	

Nivel de comparación	Indicador Meta	
Periodicidad de actualización	mensual	
Definición Operacional	(Número de proveedores evaluados / Número de proveedores en base de datos) * 100	
Unidad de medida	Porcentaje	
Meta	50%	
Resultado		PR-O-02-2 ≥50%
		50%≥ PR-O-02-2 < 80%
		PR-O-02-2 < 50%
Interpretación	Mide el porcentaje de proveedores evaluados y permite clasificarlos según calificación obtenida en los criterios establecidos	

Fuente: formato tomado del módulo Planeación estratégica (semestre I).

11.5. PROGRAMA DE AUDITORIA ENTIDAD:

Se elaboró un programa de auditoria, proyectando auditoria interna y de certificación, el cual está en revisión por parte de la gerencia.

Tabla 42 Programa de auditoria

OBJETIVO
Determinar la conformidad de los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad de la promotora de eventos y servicios Turístico Germinar, bajo los requisitos de las normas NTC ISO 9001:2015, con el fin de identificar acciones de mejora potenciales que contribuyan al fortalecimiento de la gestión y la certificación proyectada.
ALCANCE
El programa de auditoría contempla los procesos operativos (Mercadeo, planeación, gestión de recursos y realización de eventos), llevados a cabo en la promotora de eventos y servicios turísticos Germinar, ubicada en la Vereda La Concepción en Cómbita – Boyacá.

RECURSOS	
Equipo de auditores internos, líderes de procesos, funcionarios, información documentada (archivo físico, software), tiempos asignados por parte de los auditados para atender la auditoría, instalaciones de la promotora.	
MÉTODOS	
Auditoría interna: Se realiza en proceso documentado, independiente, sistemático y controlado para obtener las evidencias objetivas de los resultados, desempeño, decisiones y otros; mediante medios tecnológicos, entrevistas, revisión documental, visita de instalaciones, observación, declaraciones de hecho y muestreo.	
La Auditoria se llevará a cabo e sitio y con interacción humana.	
EQUIPO DE AUDITORES	
LÍDER:	Daniel Mateo Araque Reyes
CONFIDENCIALIDAD	
El equipo auditor tendrá acceso a la información que sea requerida para la preparación del plan entregada en PDF para garantizar la confidencialidad y seguridad de la misma.	
CRITERIOS	
NTC ISO 9001:2015 Políticas Institucionales, Procedimientos, Instructivos, Guías y demás documentos del Sistema de Gestión de la Calidad y requisitos legales aplicables.	
IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS	
RIESGOS	CONTROL DE RIESGOS
Inasistencia de los auditores o auditados	Reprogramación de la auditoría.
Demora en la Auditoria de un proceso	Informar al proceso siguiente sobre el retraso y corrección del horario de la auditoría afectada o afectadas.
Conflictos entre las partes	Contactar al coordinador para mediar la situación.
Dificultades con las herramientas tecnológicas	Revisar previamente a la auditoría la accesibilidad a las herramientas tecnológicas y de presentarse problemas en el desarrollo de la auditoria conciliar la manera de dar cumplimiento a lo solicitado en común acuerdo entre los auditados y el equipo auditor.

Competencia de los auditores	Brindar un entrenamiento sobre el SGC. Solicitar evidencia objetiva del entrenamiento. Reprogramación de la Auditoría Interna.		
Orden público o cierres vías.	Reprogramación de la auditoría.		
Orden público o cierres vías.	Reprogramación de la auditoría.		
CALENDARIO DE AUDITORIAS			
PROCESO / MES	SEP- 2022	FEB- 2023	
PROCESOS OPERATIVOS			
Mercadeo			
Planeación			
Gestión de recursos			
Realización de eventos			
Levantamiento acciones de Auditoría Interna			
AUDITORIA DE CERTIFICACION 9001:2015			
ICONTEC 9001			
APROBÓ:			
FIRMA:			
NOMBRE:	Javier Araque Elaica		
	Gerente promotora de eventos y servicios turísticos Germinar S.A.S.		
FECHA:	DD	MM	AA
	31	05	22

Fuente: formato tomado de Programa de auditoria.⁵⁵

⁵⁵ EL AUDITOR, Formato de programa de auditoria de entidad, en línea], [Consultado el 15 de abril del 2022]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/423748115/Formato-Programa-y-Plan-de-Auditoria>.

12. CONCLUSIONES

- A través de diferentes herramientas se estableció el contexto de la organización y se realizó un diagnóstico del cumplimiento de los requisitos establecidos en la norma NTC-ISO 9001:20215; lo primero permitió conocer los aspectos internos y externos de la organización que le pueden brindar oportunidades de mejora y aquellos que debe mantener, lo segundo le permitió priorizar las acciones a seguir y establecer un punto de partida hacia la implementación del SGC bajo los requisitos de la norma NTC-ISO 9001:20215, todo esto entendiendo como organización que el hecho de ajustar los procesos le permitirá ser altamente competitiva y obtener óptimos resultados.
- Se diseñaron estrategias y plantearon acciones que permitan disminuir las debilidades identificadas y corregir las falencias encontradas, el cual fue un proceso de enriquecimiento, ya que se podrán tener en cuenta los diferentes procesos de la organización, enfatizando en los procesos operativos.
- Se aplicó una encuesta de satisfacción que permitió conocer la percepción de los clientes y obtener información más detallada sobre sus necesidades y expectativas, obteniendo como resultado aspectos positivos de la prestación del servicio y observando un alto nivel de satisfacción en los clientes.
- Esperando que la Promotora de Eventos Germinar pueda aplicar a una certificación en calidad bajo la normativa NTC ISO 9001:2015 se estructuro parte la documentación necesaria, también se definió la planificación estratégica (Misión, Visión, Valores corporativos, Organigrama y Mapas de procesos); adicionalmente se desarrolló una planificación de calidad en la que se tuvieron en cuenta lineamientos específicos requeridos por la norma lo cual dejan a la empresa preparada bajo una posible implementación del sistema de gestión de calidad.
- Se planteó un programa de auditoría, el cual incluye una auditoria en interna, que permitirá evaluar la organización y establecer plan de mejoras, con miras a una auditoria de certificación.

13. BIBLIOGRAFIA

- AGUILAR, J., et al. Calidad y gestión de recursos costeros. V Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos, 2000, vol. 2. DISPONIBLE EN https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/5622451/00aye06-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636071152&Signature=EV8li~LvDpp8mOmedLDpm26Tf8WMRmILdiPoarydrEyTsmfAmM4kdac77HtgmtBnwel4NZRtiMIV34QBxbx~V32kT6Ns9IaxIWG9hKSlgzdhWChzoU~g6~bryhuzARGmSjhaKuPVNpGsE1ZUQIAWLka5jTvmU~YmrwJFFLo5l2xMzq7Voehdmu7YB3M2uWpslqJTWARajCu8LszQNKWAM58K~BumL9KC0eV1cTIEu0jpQfqFFfVvr2eh1cM5tBknwMYXo-OJLYNrgZfmBGrD21WJpoaEav5RyCELq0~a1XblvNVDYTNZetJvgu1fBLnhscFQgX3NKeWrE~zLnGw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- AMAYA ELAICA, Joham Camilo. PASANTÍA EMPRESARIAL AUXILIAR DE INGENIERÍA EN LA EMPRESA ASESORÍA Y CONSULTORÍA ESTRUCTURAL SAS.2021 DISPONIBLE EN: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/37610/INFORME%20FINAL%20PASANT%c3%8da.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- BENALCÁZAR MÉNDEZ, Kenya Génesis. Programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel San Francisco, cantón Daule, provincia del Guayas. 2016. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10160/1/TESIS%20FINAL%20KENYA%20BENALCAZAR%202016.pdf>
- BERNAL ZIPA, Mónica María. Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente. 2015. Disponible en <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6332/GESTI%20D3N%20POR%20PROCESOS%20Y%20MEJORA%20CONTINUA,%20PUNTOS%20CLAVE%20PARA%20LA%20SATISFACCI%20D3N%20DEL%20CLIENTE.pdf?sequence=1>
- Betancourt, Eduardo La Planificación Estratégica del Capital Humano en el siglo XXI. Editado por el Dpto. de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Central de Venezuela, 2010, Caracas. Venezuela.
- CANTILLO-TORRADO, Cinthya María; IRREÑO-PALMA, Daily Carolina; LOMBANA, Jahir. Potencial de internacionalización de una empresa de distribución farmacéutica colombiana a destinos seleccionados1 Potential of Internationalization of a Colombian pharmaceutical distribution company to selected destinations. Magister, 2019, vol. 5040, p. 0534. DISPONIBLE EN: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57987053/2019_Lombana_Intl_empre

sa_farmeaceutica-with cover-page-
v2.pdf?Expires=1636032360&Signature=FxxUYObHeVc1I7Qx0v4REg6HI4
p5pYrE52ZvKPesuiXaind2huG4dBXs8Veq4CtQHm~YXAmF6ZwNR4DRao
WJlLfAy4h18g1vbRWDetWhLWe1wLRfHxJI5NAenSWZdQTsSERfOUH06k
Pml9u9pNbKYFa2QtZ6yoLmpbjZUERDevuibGpxOs6PSArexctCmj8Ywpj7w
RL08FMGIuvwcrULoOllnv0YcSJI~11cXcgKTTH8COKfbKnrU7fZSJKGyFOC
DpWVoDZjaGoF4U2bKwjtOqhfsyTk9IMGs7h74OhQT6g1oVnpZOzgCSweP
Ybd7N90gZyCCxUChGNNlaR4H3g__&Key-
PairId=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- CASTAÑEDA VASQUEZ, Yasmy Fiorella. Calidad de Servicios para Mejorar la Satisfacción del Cliente en el Restaurante “El Cantaro”, Lambayeque 2017. 2019. DISPONIBLE EN: <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/5984>
- CALIDAD Y ARD. Modelo de matriz EFE, Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE, Formato 16 <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>
- CALIDAD Y ARD. Modelo de matriz MEFI, Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE, Formato 17 <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>
- COLOMBIA, D. T. de N. en. (2012). Diagnóstico Turismo de Naturaleza en Colombia. Diagnostico Turismo de Naturaleza En Colombia.
- Congreso de Colombia. Ley 1562 de 2012. [en línea], [Consultado el 29 de Marzo del 2022]. Disponible en : <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Le-y-1562-de-2012.pdf>
- Congreso de Colombia. LEY 1610 DE 2013 [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021].
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 333. [en línea], [Consultado el 29 de Marzo del 2022]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 78. [en línea], [Consultado el 16 de Noviembre del 2021]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-78>
- DIAZ, A. Divergencia Regional en los Niveles de la Productividad Sectorial del Trabajo y la Productividad Total Factorial. Revista Comercio Exterior. 2007 Citado por RAMÍREZ MOLINA, Reynier Israel; AMPUDIA SJOGREEN, Diana Marcela. Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. 2018. DISPONIBLE EN: https://www.researchgate.net/publication/5016723_Divergencia_Regional_en_los_Niveles_de_la_Productividad_Sectorial_del_Trabajo_y_la_Productividad_Total_Factorial_PTF_en_Mexico
- FRANCH LEÓN, Katia; GUERRA BRETAÑA, C. Las normas ISO 9000:: una mirada desde la gestión del conocimiento, la información, innovación y el aprendizaje organizacional. Cofin Habana, 2016, vol. 10, no 2, p. 29-54. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000200002
- FUNCIÓN PÚBLICA. Ley 1581 de 2012. [en línea], [Consultado el 29 de Marzo del 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,el%20art%C3%ADculo%2015%20de%20la>
<http://cardenascentro.edu.co/normatividad/GTC%2034%20de%201997.pdf>
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51147>
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53646>
<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:45001:ed-1:v1:es>
https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/36482/decreto_1443_sgss.pdf/ac41ab70-e369-9990-c6f4-1774e8d9a5fa
https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/36482/decreto_1477_del_5_de_agosto_de_2014.pdf/b526be63-28ee-8a0d-9014-8b5d7b299500
<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>
- GERENCIA.COM, Matriz DOFA, estrategias de análisis empresarial, Formato pag 30 <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>
- INCONTEC. GTC 34 de 1997. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016-AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2>

- INCONTEC. GTC 45 de 2012. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016-AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2>
- INCONTEC. NTC-ISO 9001. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Normograma/NORMA%20ISO%209001%202015.pdf>
- ISO 9001 DEL 2015
- ISO. ISO 45001 de 2018[en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016-AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2>
- ISOTOOLS 2021. DISPONIBLE en <https://www.isotools.org/normas/calidad/>
- KOTLER P. Dirección de Mercadotecnia. Citado por THOMPSON, Ivan. La satisfacción del cliente. Rev Med (Bolivia), 2005, vol. 6, p. 31. Disponible en <https://www.procase.cl/Demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>
- LEYVA MOLINA, Natalia Alejandra, et al. Levantamiento de procesos y procedimientos de la empresa Aviles Confecciones SAS basado en la NTC 9001: 2015. 2019. Tesis de Licenciatura. Universidad de Ibagué. DISPONIBLE EN <https://168.197.69.114/handle/20.500.12313/1368>
- LOZANO CORTIJO, Luis. ¿Qué es calidad total?. Revista médica herediana, 1998, vol. 9, no 1, p. 28-34. Disponible en http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X1998000100006
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. DECRETO 679 DE 2016. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20679%20DEL%2027%20DE%20ABRIL%20DE%202016.pdf>

- Ministerio de protección social. Resolución 2646 de 2008. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <http://www.saludcapital.gov.co/Documentos%20Salud%20Ocupacional/RESOL.%202646%20DE%202008%20RIESGO%20PSICOSOCIAL.pdf>
- Ministerio de Salud. Ley 9 de 1979. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf
- Ministerio De Trabajo y Seguridad Social. Decreto 1607 de 2002. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%201607%20DE%202002.pdf
- Ministerio De. Decreto 1072 de 2015. [en línea], [Consultado el 29 de Marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/0/DUR+Sector+Trabajo+A+actualizado+a+15+de+abril++de+2016.pdf/a32b1dcf-7a4e-8a37-ac16-c121928719c8>
- Ministerio De. Decreto 676 de 2020 . [en línea], [Consultado el 29 de Marzo de 2022]. Disponible en: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20676%20DEL%2019%20DE%20MAYO%20DE%202020.pdf>
- Ministerio del Trabajo. Decreto 1477 de 2014 [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016-AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2>
- Ministerio del Trabajo. Decreto 1443 de 2014[en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016-AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2>
- Ministerio del Trabajo. Resolución 0312 de 2019[en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016->

AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2

- MINZTBERG; QUINN, The Strategic Process. 2015. México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. DISPONIBLE en <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/299/527>
- MORALES MOSQUERA, Andrea Del Pilar, et al. Impacto financiero y económico del sector turismo en tiempos de pandemia por coronavirus. 2021. Disponible en: <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/25644>
- NAJUL G, Jenny El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana* [en línea]. 2011, 4(8), 23-35[fecha de Consulta 17 de Noviembre de 2021]. ISSN: 1856-9099. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Norma ISO 9000 DE 2015
- Organización Internacional del Trabajo. Convenio C172 de 1991 OROZCO SAMANIEGO, Maritza de los Ángeles. *Mejoramiento de la calidad y diversificación del servicio de la empresa J&S Catering Service. 2011*. 2011. Tesis de Licenciatura. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9397/1/84T00081.pdf>
- PARRA, Griselda María; DE LA OSSA, José Julián; DEL CARMEN RUIZ, Stephanie. Diagnóstico de la situación actual de una empresa de servicios de alimentación con respecto al cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001: 2015 para un sistema de gestión de la calidad. Signos: Investigación en sistemas de gestión, 2019, vol. 11, no 1, p. 99-116. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6786520>
- PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. DECRETO 838 DE 2005. [en línea], [Consultado el 16 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=16123>
- PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DECRETO 1317 de 2013 . [en línea], [Consultado el 29 de Marzo de 2022]. Disponible en <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6034/ParraCuestaDianaMarcelaVasquezVeraErikaVanessa2016-AnexoA.pdf;jsessionid=B3AD652DF22BB17A63D079BED40FBE98?sequence=2>
- RIERA GUTIÉRREZ, Lorena Betsabé. Modelo de planeación estratégica para la empresa “Talleres Pesántez”. 2021. Tesis de Licenciatura.

Universidad del Azuay. DISPONIBLE en
<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10838>

- RIVAS, A., & Angel, M. (2019). Los principios de calidad de Deming en las áreas protegidas del Ecuador. Gran Tour: Revista de investigaciones turísticas(20), 91-108. Citado por SALAZAR, Juan, et al. Diagnóstico de la aplicación del ciclo PHVA según la ISO 9001: 2015 en la empresa INCARPALM. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897683>
- RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ. Pensamiento Estratégico como Perspectiva para la Gerencia en las Organizaciones del siglo XXI. Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo. 2017. DISPONIBLE EN <http://201.249.78.46/index.php/recitutm/article/view/39>
- RUGEL KAMAROVA, Susana; CHACÓN CANTOS, Javier. Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. Artículo de revisión. 2018. Disponible en <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- SAINZ de Vicuña Ancín, J. M. El plan estratégico en la práctica. Madrid: ESIC EDITORIAL, citado por RODRÍGUEZ, Miguel Ángel Palacios. Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. Revista Nacional de Administración, 2020, vol. 11, no 2, p. e2756-e2756 DISPONIBLE En <https://books.google.com.pe/books?id=blyC20AfAu0C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- SALAZAR, Juan, et al. Diagnóstico de la aplicación del ciclo PHVA según la ISO 9001: 2015 en la empresa INCARPALM. 593 Digital Publisher CEIT, 2020, vol. 5, no 6, p. 459-472.v Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897683>
- SANCHEZ CORTEZ, J. (2015). Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015). Malaga - España. Citado por TRONCOS, Edwin Ronal. La gestión de calidad y el liderazgo en las MYPE rubro restaurant cevichería de Av. Don Bosco de la ciudad de Piura–distrito de Piura año 2020. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/22114>
- SECRETARIA DEL SENADO. Ley 9 DE 1979 [en línea], [Consultado el 29 de Marzo de 2022]. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0009_1979.html#1

- UNIVERSIDAD DE VALENCIA, Entorno externo de la empresa, Análisis PESTEL, Formato pag 20
<https://estrategiasmarketing.webnode.es/proyectos/>
- YÁÑEZ, Carlo. Sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001. Internacional eventos, 2008, vol. 9. DISPONIBLE En
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34112639/ArticuloISO-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635998213&Signature=hLjGFtUS5etwk6WYeZUP4YfVHyKqCLsv6TUUjy6Li0TXazAbDIM7I80B6P-vpdXGBLR7PdZg90Nysajzrel8LDCL-kyRBX6G5fL8I5PpftHIpdI0fHrUjQRmNc2CLAIHkPjilvT3hetTBnQC9LasFf9I5fij-en5gJ5QSRhEdHvATUMur2mjjBqskGoOqqVqwA1XFaxbO~x1IUnV9VsKcuckl~odHPYsjsrKA96q-rf-1O8syiRHSm2ICyByQLPWgf78jgOK8UujrBR0Su8sC5UsXxlxhHYzVljGOpZ3xIGgJ1OT~dAyhgWoQOy8A-YeDQ7sBaWcReUVo-DNJvG-A__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA