

LICENCIA DE USO DE LOS DOCUMENTOS NORMATIVOS EN SOPORTE MAGNÉTICO

POR FAVOR LEA ESTA LICENCIA ANTES DE SU USO Y CADA VEZ QUE UTILICE Y GRABE CUALQUIERA DE LOS DOCUMENTOS NORMATIVOS UNE SUMINISTRADOS POR AENOR. EL ACCESO, EXPORTACIÓN Y DESCARGA DE DICHOS DOCUMENTOS NORMATIVOS IMPLICA LA ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES RECOGIDAS EN ESTA LICENCIA DE USO

1. El cliente (beneficiario) declara estar de acuerdo con todos los términos y condiciones recogidos en la presente Licencia de uso de los DOCUMENTOS NORMATIVOS UNE suministrados por AENOR (en adelante los DOCUMENTOS NORMATIVOS). Estos términos y condiciones pueden estar sujetos a cambio sin notificación previa en el momento que AENOR estime conveniente.
2. Los derechos de explotación de los DOCUMENTOS NORMATIVOS pertenecen en exclusiva a AENOR quien, por el presente contrato, otorga licencia de uso al beneficiario de acuerdo con las siguientes estipulaciones.
3. AENOR ostenta y ostentará en todo momento sus plenos derechos de titularidad y propiedad sobre los DOCUMENTOS NORMATIVOS y garantiza que le asiste el derecho de otorgar la licencia de uso que se concede por el presente contrato.

El beneficiario no podrá prestar, donar, ceder, asignar, vender o arrendar la licencia de uso de los DOCUMENTOS NORMATIVOS a terceros. Todo intento de conceder, transferir, traspasar, vender, arrendar o dar copia a terceros de cualquiera de los derechos u obligaciones aquí consignados tendrá como efecto la expiración de este contrato de licencia y la consideración de la ruptura de la buena fe contractual.

El beneficiario está obligado y se compromete a adoptar todas las medidas necesarias para evitar que terceras personas no autorizadas tengan conocimiento e información de los documentos de AENOR.

El beneficiario deberá mantener en buen estado todas las indicaciones sobre la propiedad que figuran en los documentos de AENOR (marcas, símbolos de copyright, etc.) que determinan la titularidad de los derechos a favor de AENOR.

El beneficiario ha de mantener los símbolos, las marcas o cualquier otra mención de propiedad que AENOR establezca en su producto, en todas las reproducciones totales o parciales que hayan sido autorizadas expresamente por AENOR en virtud de este contrato.

El beneficiario informará a AENOR cualquier acto de competencia desleal o de violación de los derechos de propiedad industrial o intelectual de los que tenga en conocimiento, y en general, adoptará todas las medidas necesarias para asegurar la confidencialidad y el respeto al derecho de propiedad que corresponde a AENOR.

4. La licencia de uso de los DOCUMENTOS NORMATIVOS se otorga con carácter monousuario y monopuesto. El beneficiario no podrá utilizarlos en un sistema de red informática, sistema de acceso simultáneo, unidad de proceso central múltiple o sistema multiusuarios, a menos que se establezca un acuerdo por escrito en tal sentido con AENOR.

En caso de funcionamiento deficiente de su ordenador, que impida el acceso o la utilización de los DOCUMENTOS NORMATIVOS puede transferirlos a otro ordenador, siempre que se supriman del ordenador desde el cual se transfieren y el uso de los DOCUMENTOS NORMATIVOS en el nuevo ordenador se ajuste a los términos de este acuerdo.

5. AENOR autoriza la impresión del contenido de los DOCUMENTOS NORMATIVOS y la transferencia de extractos de los mismos a otras aplicaciones, siempre y cuando el beneficiario cumpla con las siguientes condiciones:
- a) El beneficiario podrá reproducir directamente de los DOCUMENTOS NORMATIVOS, para su uso interno, parte o la totalidad de su contenido, sujeto a derechos de propiedad intelectual e incluido en los mismos. Tal facultad será efectiva siempre y cuando dichas copias se fechen y se destruyan durante los treinta días siguientes a la fecha de copia, a excepción de la condición descrita en la cláusula 4.b) que figura a continuación. Dichas copias no podrán ser archivadas para formar parte de una colección de referencia de impresiones en papel.
 - b) Los extractos de los DOCUMENTOS NORMATIVOS no pueden ser transferidos a otras aplicaciones, pudiendo ser incorporadas a documentos de uso interno del beneficiario, siempre y cuando el extracto del texto no sobrepase el 10% de cada uno de los DOCUMENTOS NORMATIVOS. AENOR conservará el copyright de dichos extractos, cuya titularidad estará perfectamente identificada.
 - c) Bajo ninguna circunstancia el beneficiario estará autorizado a reproducir total o parcialmente cualquiera de los DOCUMENTOS NORMATIVOS para cualquier uso distinto al especificado en las partes a) y b) que anteceden.
 - d) Bajo ninguna circunstancia podrán prestarse, arrendarse, venderse o distribuirse las copias extraídas de los DOCUMENTOS NORMATIVOS.
6. Confidencialidad. El conocimiento de cualquier información contenida en los documentos tiene la consideración de confidencial y secreto comercial. El beneficiario se obliga a respetar y actuar de acuerdo con este pacto de confidencialidad. Se excluye de este acuerdo la información que sea de dominio público.
7. AENOR no ofrece garantía alguna, expresa o implícita, de que los DOCUMENTOS NORMATIVOS sean adecuados para cualquier fin concreto, ni que puedan realizar cualquier función específica.

El beneficiario notificará por escrito a AENOR, dentro de los treinta días naturales siguientes a la recepción de los DOCUMENTOS NORMATIVOS, cualquier defecto o error detectado. Si el beneficiario no avisara a AENOR al respecto, se entenderá que el beneficiario encuentra dichos DOCUMENTOS NORMATIVOS a su entera satisfacción.

En caso de apreciarse defectos en el soporte físico en el que se presentan los DOCUMENTOS NORMATIVOS, AENOR garantiza la devolución del importe del precio pagado o la reposición de los DOCUMENTOS NORMATIVOS en el plazo de los treinta días siguientes a su fecha de venta. En ningún caso se remitirá un soporte magnético nuevo sin recibir previamente el material defectuoso.

8. En ningún caso se considerará a AENOR responsable ante el beneficiario de cualquier daño, incluso el daño resultante, con independencia de sus causas, que puedan surgir, indirecta o directamente, en relación con esta licencia. El "daño resultante" incluirá la pérdida de beneficios, ingresos, uso (o pérdida financiera similar), cualquier pago efectuado o debido a terceros, pérdida económica o cualquier imposibilidad por parte de los DOCUMENTOS NORMATIVOS para realizar cualquier función concreta.

La responsabilidad de AENOR, de cualquier tipo, respecto al beneficiario y relativa al suministro de los DOCUMENTOS NORMATIVOS, no podrá exceder de la cantidad a la que ascienden los derechos de licencia de los mismos.

El beneficiario autorizará a cualquier representante acreditado de AENOR a visitar sus locales, al objeto de comprobar el exacto cumplimiento de los términos de esta licencia.

- 9.** AENOR no se responsabilizará ante el beneficiario de ningún malentendido o tergiversación que pueda surgir en relación con cualquier comunicación que se efectúe verbalmente entre las partes, con independencia de su origen.

Cualquier aviso formal que cualquiera de las partes pueda o esté obligada a dar o a suministrar a la otra parte se enviará por correo certificado y el justificante de envío de la oficina de correos será prueba de la recepción del mismo.

- 10.** Con renuncia expresa a cualquier fuero que pudiera corresponderles, las partes contratantes, en todo lo que se refiere a la interpretación o cumplimiento del presente contrato, se someten expresamente a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y Tribunales de Madrid.

USTED RECONOCE QUE HA LEÍDO LOS TÉRMINOS DE ESTA LICENCIA DE USO Y
ACUERDA QUEDAR VINCULADO A SUS TÉRMINOS

Noviembre 2006

TÍTULO

Servicios turísticos de intermediación

Requisitos para la prestación del servicio

Intermediation tourism services. Service requirements.

Services touristiques de intermediation. Exigences du service.

CORRESPONDENCIA

OBSERVACIONES

ANTECEDENTES

Esta norma ha sido elaborada por el comité técnico AEN/CTN 189 *Servicios Turísticos de Intermediación* cuya Secretaría desempeña ICTE.

Editada e impresa por AENOR
Depósito legal: M 46709:2006

© AENOR 2006
Reproducción prohibida

LAS OBSERVACIONES A ESTE DOCUMENTO HAN DE DIRIGIRSE A:

AENOR

C Génova, 6
28004 MADRID-España

Asociación Española de
Normalización y Certificación

Teléfono 91 432 60 00
Fax 91 310 40 32

22 Páginas

Grupo 11

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	4
1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN	4
2 TÉRMINOS Y DEFINICIONES	4
3 DIRECCIÓN	4
3.1 Generalidades	4
3.2 Sistema de calidad	5
3.3 Gestión de los recursos humanos y formación	7
3.4 Gestión de los recursos materiales	7
3.5 Gestión de los recursos externos.....	8
3.6 Comercialización	8
3.7 Gestión de la medida, análisis, y mejora de la calidad	8
3.8 Seguridad y prevención de riesgos	9
4 GESTIÓN DE LOS RECURSOS EXTERNOS (PROVEEDORES)	9
4.1 Generalidades	9
4.2 Evaluación y aprobación inicial de proveedores.....	10
4.3 Evaluación continua de proveedores.....	11
4.4 Descalificación de proveedores.....	12
5 OPERACIONES	12
5.1 Generalidades	12
5.2 Mayorista	13
5.3 Minorista emisor.....	14
5.4 Minorista receptor.....	14
5.5 Gestión de la documentación de viaje.....	15
6 COMERCIALIZACIÓN Y POSVENTA	15
6.1 Generalidades	15
6.2 Comercialización	16
6.3 Actividades de posventa	17
7 DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS	17
7.1 Generalidades	17
7.2 Diseño de productos normalizado	18
7.3 Diseño de productos a medida	18
8 MEJORA	19
ANEXO A (Informativo) RELACIÓN DE ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA LA EVALUACIÓN INICIAL DE PROVEEDORES	22

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la calidad se ha convertido en el principal objetivo y punto de referencia para la industria turística española. La Secretaría de Estado de Comercio y Turismo ha desarrollado a lo largo de los últimos años el Sistema de Calidad Turística Española (SCTE), cuyo órgano de gestión e impulso, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), representa el esfuerzo conjunto entre la Administración y las asociaciones empresariales. Fruto de esta colaboración son las normas de calidad para los distintos sectores y subsectores turísticos, normas que los propios empresarios se han impuesto a sí mismos cumplir, entendiendo que la calidad tiene como resultado la mejora del servicio al cliente, la optimización del negocio y la consecuente mejora en competitividad.

Esta norma de calidad, pionera en su ámbito, supone una mejora de los requisitos obligatorios de calidad para esta actividad. Esta norma marca unos requisitos a cumplir que definen el nivel de servicio al cliente, de acuerdo con la tipología de la agencia de viajes. El concepto de servicio al cliente se entiende como el servicio final prestado y además los servicios indirectos, de modo que la norma contempla todas las funciones de gestión necesarias para el idóneo funcionamiento de la agencia de viajes, configurándose como una herramienta de gestión de los procesos. Los estándares fijados son superables en la medida en que cada agencia desee.

1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma establece los requisitos internos aplicables a las operaciones realizadas por las agencia de viajes para la prestación del servicio demandado por los clientes, las actividades de venta y posventa y las actividades relativas a la creación de productos ofrecidos. Estos requisitos se refieren tanto a las instalaciones y equipamientos como a los procesos de prestación del servicio.

2 TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Para los propósitos de esta norma se aplican los términos y definiciones siguientes:

2.1 proveedor:

Organización o persona que proporciona un producto o servicio que se incorpora al producto final que se entrega al cliente.

2.2 diseño:

Creación de los productos turísticos. Esto incluye el diseño teórico del itinerario, la negociación con proveedores, la verificación o validación del producto diseñado y la elaboración de la documentación necesaria. En ningún caso el término “diseño” se refiere en la presente norma al diseño de los folletos y materiales publicitarios.

3 DIRECCIÓN

3.1 Generalidades

La dirección debe designar, entre los miembros del equipo directivo, una persona (gestor de la calidad) que, con independencia de otras funciones, asegure el cumplimiento de la norma, y que tenga autoridad definida para:

- asegurar que el sistema de gestión de calidad está implantado de acuerdo con los requisitos de esta norma;
- informar a la dirección del funcionamiento del sistema de gestión de la calidad, incluyendo las necesidades para la mejora;

- controlar el desarrollo de los servicios bajo condiciones adversas a la calidad hasta su completa resolución. La dirección debe designar una persona que asuma la responsabilidad sobre todos los servicios de la entidad en su ausencia, así como el alcance de la misma y los oportunos procedimientos. Todas aquellas personas responsables del cumplimiento de la norma de las diferentes áreas o funciones deben tener libertad y autoridad definida para:
 - a) identificar y registrar cualquier condición adversa a la calidad del servicio y establecimiento de las acciones correctivas;
 - b) identificar y registrar potenciales condiciones adversas a la calidad del servicio e iniciar acciones preventivas para evitarlas.

La dirección debe definir y documentar la política de calidad de la agencia de viajes así como los objetivos de calidad, de tipo general y específicos, temporales y medibles, que permitan llevar a cabo la política de calidad.

La política de calidad y los objetivos deben estar claramente formulados, difundidos y comprendidos entre las diferentes unidades organizativas de la agencia de viajes.

La dirección con apoyo de los responsables de los diferentes departamentos debe realizar un análisis de la situación de la gestión medioambiental de la entidad y definir las medidas más oportunas para mejorar dicha parcela de gestión. Periódicamente se debe realizar una revisión del nivel de cumplimiento de dichas medidas, redefiniendo las que no se hayan alcanzado, y renovando las efectivamente logradas, con objeto de identificar nuevos retos de mejora de la gestión medioambiental. Adicionalmente se debe controlar el impacto de las medidas efectuadas. La agencia de viajes debe tener un plan de gestión medioambiental cuyas medidas pueden contemplar algunos aspectos como los que se detallan a continuación:

- recogida y, si es posible, reciclado de papelería;
- información y concienciación de los clientes en aspectos medioambientales;
- formación al personal de la agencia de viajes;
- selección de proveedores.

Se debe establecer una planificación anual de las actividades de la temporada siguiente. Esta planificación se debe realizar en función de los objetivos para el siguiente año y del histórico de la agencia de viajes.

La dirección debe establecer un sistema de comunicación interna (notas internas, memorandum) para asegurar que se recibe y se emite la información necesaria sobre todos los aspectos de la explotación en todos los niveles de la organización.

3.2 Sistema de calidad

La dirección debe incluir en el sistema de calidad de la agencia de viajes todos aquellos procesos a través de cuya aplicación se asegure el cumplimiento con los requisitos establecidos en la norma de calidad del servicio. En particular se deben contemplar procesos relativos a los siguientes aspectos:

- gestión de los recursos externos (proveedores);
- operaciones;
- comercialización y posventa;
- creación de nuevos productos.

La agencia de viajes debe disponer de un sistema de calidad documentado y actualizado que incluya al menos:

- manual de calidad que, como mínimo, defina la organización de la agencia de viajes, la política, objetivos generales de calidad y haga referencia a los procedimientos del sistema de calidad de la agencia de viajes;
- procedimientos o instrucciones de trabajo que describan qué, quién y cómo se realizan las actividades dirigidas a proporcionar la satisfacción del cliente en los servicios prestados por la agencia de viajes y el cumplimiento de la norma de calidad; y
- registros de calidad que demuestren como son realizadas las actividades descritas en la norma y en los procedimientos internos. El sistema de calidad definido por la documentación, debe ser implantado eficazmente y con los procedimientos documentados de manera que incluyan la información necesaria para el buen desarrollo de las actividades que pretende normalizar.

Se debe establecer un procedimiento para la revisión del sistema de calidad por la dirección. Ésta debe revisar a intervalos definidos, al menos una vez al año, el sistema de gestión de la calidad para asegurar el correcto funcionamiento y eficiencia del mismo. En dicha revisión se debe analizar:

- cumplimiento de objetivos;
- asignación de recursos;
- resultados de las auditorías internas/externas;
- condiciones adversas a la calidad;
- acciones correctivas y preventivas;
- quejas o reclamaciones de clientes;
- indicadores de calidad;
- resultados de encuestas a clientes;
- anteriores revisiones del sistema por la dirección; y
- plan de formación.

Debe guardarse registro de los resultados de dichas revisiones.

Como resultado de la revisión del sistema de calidad por la dirección, la agencia de viajes debe planificar documentalmente las actividades encaminadas a asegurar el cumplimiento de los requisitos relativos a la calidad y la mejora del sistema. Esta planificación debe basarse en las conclusiones establecidas en la revisión del sistema.

Un procedimiento debe regular el control de los documentos del sistema de calidad y describir cómo se gestiona la documentación del sistema de calidad de la agencia de viajes y los formatos a utilizar. Debe incluir las características que debe tener cada documento tales como título, fecha de la edición, código o referencia, etc., y definir las responsabilidades respecto a la elaboración, la revisión y la aprobación de los documentos. Este procedimiento debe incluir también la documentación externa y la legislación vigente que afecte a la agencia de viajes.

Debe existir un sistema de gestión de los registros de calidad y las responsabilidades de emisión y custodia de los mismos. Los registros de calidad deben ser perfectamente legibles y estar conservados y archivados de forma que se pueda acceder a ellos fácilmente. La entidad debe definir el tiempo de conservación de cada tipo de registro.

Cuando se modifique un documento debe quedar asegurado que la edición obsoleta ha sido sustituida por la nueva.

Debe existir un sistema de archivo para los siguientes tipos de documentación:

- documentación administrativa de la agencia de viajes (facturas, documentación contable, etc.);
- documentación operativa (reservas, confirmaciones, contratos, etc.);
- documentación sobre destinos y proveedores;
- documentación de clientes, fundamentalmente bases de datos o sistema similar de almacenamiento de datos de dichos clientes.

3.3 Gestión de los recursos humanos y formación

Uno de los miembros de la dirección, con independencia de ser responsable de otras funciones, debe ocuparse de la gestión de los recursos humanos de la agencia de viajes.

Debe existir una plantilla estándar necesaria para el funcionamiento de la agencia de viajes en las condiciones habituales.

Los empleados que ocupan los puestos de la plantilla estándar deben pertenecer a la agencia de viajes de manera habitual o, caso contrario, deben ser formados en los sistemas y métodos de trabajo.

Los puestos de trabajo de la plantilla estándar correspondientes a actividades importantes para el servicio al cliente deben estar identificados, y tener definidos y documentados los requisitos que deben reunir las personas que los ocupan (definición de funciones). A la hora de definir las funciones de los empleados pertenecientes a la plantilla estándar, se deben tener en cuenta las diferentes tareas (polivalencia) que puedan realizar en función de los niveles de ocupación de la agencia de viajes.

La dirección debe definir un sistema para identificar y documentar las necesidades de formación de los empleados relativas, como mínimo a los siguientes aspectos:

- fórmulas y actitudes de trato con el cliente (adaptación a cambios según la tipología de clientes);
- calidad de servicio, normas de calidad, mejora de la calidad; y
- conocimientos técnicos.

Estos aspectos deben formar parte de la definición de funciones de los puestos de trabajo. Las necesidades de formación deben quedar registradas en un plan de formación anual.

Para el caso de empleados de nuevo ingreso, de temporada o procedentes de servicios subcontratados, deben estar previstas y documentadas las acciones de formación necesarias para la adaptación al puesto de trabajo y conocimiento del sistema de calidad de la agencia de viajes. Asimismo, deben estar definidos los mecanismos y criterios de selección de personal, tanto de nuevo ingreso como de temporada.

La dirección de la agencia de viajes debe potenciar la evaluación del personal en cuanto al desempeño de sus funciones.

3.4 Gestión de los recursos materiales

La dirección debe identificar los recursos materiales necesarios para llevar a cabo las actividades habituales para asegurar en todo momento que los servicios prestados se ajustan a las características de la oferta especificada (estándares internos y externos).

3.5 Gestión de los recursos externos

La dirección debe establecer y documentar los criterios en los que se basa la selección de un proveedor incluyendo, aquellos relativos a la calidad de servicio que se consideran necesarios para asegurar la calidad del producto final ante el cliente. Este apartado se encuentra desarrollado en la unidad de gestión de los recursos externos de la presente norma.

3.6 Comercialización

La dirección debe establecer y documentar los criterios según los cuales se realizan las actividades de comercialización y posventa de los productos ofrecidos por la agencia de viajes incluyendo, aquellos relativos a la calidad de servicio que se consideran necesarios para asegurar la calidad del producto final ante el cliente y la capacidad de prestación del servicio en condiciones adecuadas.

3.7 Gestión de la medida, análisis, y mejora de la calidad

La dirección debe definir y documentar un sistema para identificar las condiciones adversas a la calidad, analizarlas y establecer las acciones correctivas o preventivas que aseguren el restablecimiento o la preservación del nivel de calidad.

El sistema para identificar las condiciones adversas a la calidad debe contemplar, como mínimo las siguientes situaciones en que la calidad de servicio puede fallar:

- espera en los locales de la agencia de viajes;
- descoordinación con proveedores;
- niveles de prestación del servicio inferiores a los mínimos establecidos;
- dotación de recursos humanos inferior a la plantilla estándar; y
- resultados negativos de mediciones de satisfacción del cliente.

Cualquier queja (oral) o reclamación (escrita) de un cliente, que pudiera darse como resultado de estas u otras situaciones, debe ser considerada como condición adversa a la calidad. La agencia de viajes debe tener implantado un sistema de tratamiento de quejas y sugerencias de los clientes, en el que se establezca la organización necesaria, los responsables de la gestión, y el modo de implantación y gestión. El sistema debe ser ágil y eficaz en el sentido que sea fácilmente accesible al cliente expresar su queja, y de manera casi inmediata permita actuar para recuperar la satisfacción del mismo por problemas que hayan acaecido.

En función de la importancia y criticidad de las condiciones adversas a la calidad, el responsable del área en la que fueran detectadas debe determinar el establecimiento de una acción correctiva que anule las causas de la misma. Se debe establecer un procedimiento de acciones correctivas que debe contemplar los siguientes aspectos:

- identificación de condición adversa a la calidad, incluyendo los datos necesarios para su estudio y resolución (lugar, fecha, etc.);
- análisis de las causas que han originado la situación, de la que debe estar informado el gestor de la calidad; y
- determinación e implantación de las acciones correctivas necesarias para restablecer el nivel de calidad del servicio, estableciendo responsabilidades y mecanismos para comprobar la eficacia de las mismas por parte del gestor de la calidad. Se debe guardar registro de los resultados de las acciones correctivas adoptadas (seguimiento y cierre).

Para eliminar las causas potenciales de las condiciones adversas a la calidad y prevenir su aparición, se debe establecer un procedimiento de acciones preventivas. Estas acciones preventivas deben ser resultado del análisis de información proveniente de los indicadores de calidad, revisiones del sistema, equipos de mejora, etc. El procedimiento de acciones preventivas debe contemplar los siguientes aspectos:

- identificación de los procesos, productos y servicios potencialmente adversos a la calidad, incluyendo los datos necesarios para su estudio y resolución (lugar, fecha, etc.).
- análisis de las causas que han originado la situación, de la que debe estar informado el gestor de la calidad; y
- determinación e implantación de las acciones preventivas necesarias para eliminar las causas potenciales de las condiciones adversas a la calidad del servicio, estableciendo responsabilidades y mecanismos para comprobar la eficacia de las mismas por parte del gestor de la calidad. Se debe guardar registro de los resultados de las acciones preventivas adoptadas (seguimiento y cierre).

La dirección debe realizar al menos una vez al año una auditoria interna al sistema de calidad para determinar si se ha implantado adecuadamente y es conforme con esta norma. Las personas que realicen la auditoria deben ser independientes del área a auditar. Debe guardarse registro del informe de auditoria interna y el plan de acciones correctivas derivado de ésta.

3.7.1 Proceso de mejora continua

La agencia de viajes debe favorecer la implantación de un mecanismo de mejora de calidad que, basado en los principios de la calidad total, contenga como mínimo los siguientes elementos:

- determinación de los problemas clave en los procesos o actividades existentes y cómo pueden ser corregidos;
- aplicar el plan;
- confirmar que el plan funciona y se producen mejoras en los resultados; y
- modificar el proceso previo adecuadamente, documentar el proceso revisado y utilizarlo. Los equipos de mejora deben fomentar la participación de todos los empleados de la agencia de viajes cualquiera que sea su categoría o función.

3.7.2 Indicadores de calidad

La agencia de viajes debe disponer de un sistema de indicadores, de manera que la dirección pueda obtener la información adecuada correspondiente a la evolución y el nivel de calidad de los servicios y procesos. La dirección de la agencia de viajes, debe definir e implantar un sistema de evaluación de la calidad del servicio por los clientes, bien sea mediante cuestionarios, encuestas o entrevistas. Estos cuestionarios deben contener componentes para la evaluación de todos aquellos servicios de la agencia de viajes que puedan ser percibidos por el cliente.

Se deben establecer los sistemas por los cuales los empleados puedan aportar sugerencias a la dirección para la mejora de la calidad del servicio.

3.8 Seguridad y prevención de riesgos

La dirección de la agencia de viajes debe establecer todas las medidas necesarias para garantizar el máximo nivel de seguridad para los clientes. El establecimiento debe conservar los originales o copias de las certificaciones correspondientes a las inspecciones que se definan en cada unidad de servicio y que justifican el cumplimiento de la legislación vigente que afecta a la seguridad y la salud de los clientes y los empleados.

4 GESTIÓN DE LOS RECURSOS EXTERNOS (PROVEEDORES)

4.1 Generalidades

Cualquier proveedor de productos o servicios con impacto en la calidad final ante el cliente debe ser evaluado, seleccionado y aprobado por la dirección o el responsable designado con anterioridad a la subcontratación. Este requisito se puede considerar obviaable cuando se trate de subcontrataciones a proveedores únicos, o cuando se trate de subcontrataciones a proveedores pertenecientes a un grupo, siempre y cuando la central esté evaluada y aprobada.

Para asegurar la gestión de subcontrataciones de acuerdo con los requisitos de esta norma, la agencia de viajes debe disponer de una relación (lista, aplicación informática, etc.) de proveedores aprobados que, de manera integrada, contenga la siguiente información:

- identificación (nombre, razón social, etc.) del proveedor;
- productos o servicios para los cuales ha sido evaluado y pueden ser subcontratados;
- limitaciones o condicionantes, si los hubiere, a tener en cuenta en las subcontrataciones;
- fecha hasta la cual la aprobación es válida; y
- persona de contacto.

Si, por circunstancias especiales, fuera necesario realizar subcontrataciones de productos o servicios de proveedores no aprobados, el responsable de la agencia de viajes debe dejar constancia escrita de dichas circunstancias y asegurarse con posterioridad del nivel de calidad de los proveedores utilizados. Entre dichas circunstancias se pueden considerar las siguientes:

- petición expresa por parte del cliente de la agencia de viajes (por ejemplo, una reserva en un hotel concreto, no incluido en los aprobados por la agencia de viajes);
- imposibilidad, por el tipo de producto o servicio, por el destino o por la inmediatez de la demanda, de recurrir a un proveedor aprobado; y
- subcontratación esporádica, de la que no es previsible su repetición.

En el caso de proveedores pertenecientes a un grupo (organizaciones constituidas por una central, donde se dirigen actividades relacionadas con la gestión de los recursos externos, y una red de oficinas o sucursales locales) cuyo nivel de calidad pueda considerarse como genérico, la aprobación se puede referir al conjunto de establecimientos, cualquiera que sea su ubicación geográfica.

Todas las subcontrataciones deben estar documentadas y formalizadas mediante contratos, pedidos, registros informáticos o cualquier otro sistema que permita dejar constancia de dicha subcontratación y de sus condiciones. Los acuerdos telefónicos deben ser confirmados posteriormente.

Los documentos de subcontratación deben indicar clara e inequívocamente el producto o servicio a que se refieren. Este requisito puede omitirse cuando la subcontratación se refiera a unidades de producto o servicio cuyas características están perfectamente definidas en documentos de tipo general (contratos marco, folletos, etc.)

4.2 Evaluación y aprobación inicial de proveedores

En función de la importancia de los productos o servicios subcontratados, tanto en lo relativo a su impacto en la calidad como a su volumen previsible de contratación, la agencia de viajes puede optar por las siguientes modalidades de evaluación:

- resultados históricos, correspondientes a las subcontrataciones realizadas a un proveedor;
- evaluación basada en información contrastable sobre las características de los productos o servicios del proveedor;
- evaluación basada en la comprobación fehaciente de las características de los productos o servicios del proveedor.

Se debe aplicar la evaluación por resultados históricos a todos aquellos proveedores que han proporcionado productos o servicios satisfactorios a la agencia de viajes antes de la aplicación de esta norma.

La evaluación mediante información contrastable del proveedor se debe aplicar a todos aquellos proveedores a los que se subcontrata por primera vez y a los que no se ha subcontratado durante los últimos 12 meses. Esta evaluación consiste en acceder a información objetiva sobre la capacidad del proveedor y las características de sus productos o servicios. Ésta debe ser objetiva y referirse a los aspectos importantes de la calidad de los productos o servicios, debiendo quedar registro de la misma. Entre esta información se requiere tener en cuenta, entre otros, los siguientes:

- que el proveedor tenga implantado un sistema de gestión de la calidad basado en alguno de los modelos internacionalmente reconocidos o un código de buenas prácticas o especificación de calidad propia de su actividad;
- que el proveedor tenga un reconocido prestigio en su actividad;
- garantías económicas y de cobertura que sobre el servicio ofrece el proveedor.

La evaluación mediante comprobación física debe realizarse para todos aquellos proveedores que se consideren necesarios, mediante visita a las instalaciones del proveedor, por el responsable de la agencia de viajes o un representante, para comprobar *in situ* las características del producto o servicio y sus sistemas de gestión. Se debe documentar el resultado de esta visita en el correspondiente informe, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- existencia de un sistema documentado de gestión (procedimientos, métodos de trabajo, instrucciones, etc.);
- aspecto (conservación, limpieza, orden, etc.) de las instalaciones y medios del proveedor, incluidos los recursos humanos en lo relativo a los servicios;
- examen de las características medibles o apreciables del producto o servicio a subcontratar;
- existencia de sistemas o mecanismos internos de control de la calidad por parte del proveedor (supervisiones, encuestas a clientes, etc.);
- examen de los registros correspondientes a quejas o reclamaciones de los clientes; y
- otros datos significativos.

4.3 Evaluación continua de proveedores

Las agencias de viajes deben tener un sistema documentado de evaluación continua de proveedores, con el fin de asegurar que sus productos o servicios se mantiene sin que disminuya la calidad o se incumplan los compromisos adquiridos.

Para ello se debe establecer un sistema que permita asegurarse del cumplimiento, por parte de los proveedores, de las características y condiciones acordadas. Se pueden utilizar sistemas como:

- realización de entrevistas o encuestas sistemáticas a los clientes en las que se les solicite información acerca del cumplimiento, por parte de los proveedores, de las características y condiciones de los productos o servicios acordados entre la agencia de viajes y el cliente;
- registro sistemático de todo tipo de sugerencias, quejas o reclamaciones por parte de los clientes de la agencia de viajes y análisis de las mismas para determinar posibles causas debidas a fallos o incumplimientos de los proveedores;
- otras informaciones relativas al proveedor.

Los resultados de la evaluación continua deben quedar registrados en un informe o en una lista de proveedores indicando la fecha de actualización del proveedor y los motivos por los que se ha actualizado. A tal efecto la agencia de viajes debe disponer de un sistema que le permita registrar las posibles incidencias del proveedor. La periodicidad o frecuencia de la evaluación continuada debe adecuarse a la regularidad de las subcontrataciones.

Con la información recogida a través de encuestas, entrevistas, sugerencias o quejas, se requiere realizar un análisis de dicha información del que se extraigan las conclusiones acerca del nivel de calidad de los proveedores en general y de cada proveedor en particular.

Cuando los mecanismos utilizados para la evaluación continua de un proveedor pongan de manifiesto posibles incidencias o fallos en la calidad, el responsable de la agencia de viajes debe comunicar estas incidencias al proveedor, solicitando las aclaraciones oportunas sobre las causas de estas incidencias y las acciones adoptadas para evitarlas.

Para la evaluación continua de los proveedores no se pueden tener en cuenta posibles incidencias o fallos apreciados por el cliente que no hayan sido ocasionadas por los proveedores sino que sean imputables a la agencia de viajes.

4.4 Descalificación de proveedores

Las agencias de viajes deben tener definidos y documentados los criterios por los que un proveedor, inicialmente aprobado, deja de ser tenido en cuenta por la agencia de viajes para futuras subcontrataciones.

Con independencia de otras motivaciones (políticas de grupo, precios, etc.) para la posible descalificación de un proveedor, en referencia a la calidad de los productos o servicios, se deben tener en cuenta los siguientes motivos:

- reiterados incumplimientos en las características o condiciones acordadas con la agencia de viajes;
- falta de respuesta o respuesta insatisfactoria a posibles reclamaciones presentadas directamente por los clientes o a través de la agencia de viajes;
- insuficiente nivel de calidad apreciado en posibles visitas de comprobación;
- otras informaciones (objetivas) negativas acerca de la calidad de los productos o servicios.

La descalificación de un proveedor conlleva su automática exclusión de la lista de proveedores, o sistema similar de la agencia de viajes, para evitar que se le puedan subcontratar inadvertidamente productos o servicios.

La descalificación de un proveedor puede ser total o parcial. El primer caso se refiere a la descalificación de un proveedor para cualquier tipo de producto o servicio, por lo que debe ser excluido de la lista. En el caso de descalificación parcial, ésta puede referirse a un producto o servicio concretos o a un establecimiento o lugar determinados. En estos casos en la lista se deben excluir únicamente los productos, servicios o establecimientos afectados por la descalificación, manteniendo al proveedor aprobado para el resto de los anteriormente incluidos.

El responsable de la agencia de viajes debe comunicar a un proveedor descalificado este hecho y los motivos que lo han originado, con el fin de permitir a dicho proveedor la posibilidad de mejorar su calidad.

La recalificación de un proveedor debe estar condicionada a la demostración, mediante pruebas tangibles, de que las circunstancias o causas que motivaron su descalificación han sido satisfactoriamente corregidas. En cualquier caso no se debe considerar una recalificación (por motivos de calidad) hasta que quede demostrado que se ha solucionado el problema.

5 OPERACIONES

5.1 Generalidades

Todas las operaciones descritas en la presente norma y realizadas por una agencia de viajes, que tengan impacto en la calidad final, deben realizarse por personal con la cualificación y experiencia necesarios y aprobados por la dirección o el responsable(s) designado(s).

La agencia de viajes debe establecer procedimientos de trabajo documentados para la planificación, el control y la verificación de las operaciones desarrolladas, incluyendo los responsables de éstas. Cada una de las actividades debe ser asignada a personal cualificado.

El proceso de la venta de cualquier viaje combinado, requiere la aceptación de las condiciones de contratación de servicios por parte del cliente, mediante la firma de un precontrato o la firma en un recibo cualificado en el que además del importe abonado a cuenta, se especifiquen los servicios solicitados por el cliente, las condiciones y los plazos de liquidación.

La agencia de viajes debe tener definido y documentado un sistema para la asistencia y atención al cliente y, para la resolución de incidencias surgidas durante el viaje.

La dirección de la agencia de viajes debe tener definidas e implantadas unas normas de atención personal y telefónica a los clientes que incluyan fórmulas de cortesía para dirigirse a éstos. Deben existir en la agencia de viajes pautas o normas en cuanto a la vestimenta y aseo personal, y en aquellos puestos en contacto directo y habitual con el cliente, el personal debe llevar una placa identificativa o sistema similar con su nombre. Deben existir requisitos de calidad para la limpieza y mantenimiento de la agencia de viajes, de manera que ofrezca, un aspecto limpio y cuidado en sus instalaciones así como requisitos que definan la apariencia y orden del escaparate, y del merchandising de la agencia de viajes.

La agencia de viajes debe tener definidos y documentados los criterios y pautas para el control, presentación y entrega de la documentación de viaje para los clientes.

Los listados de llegada de clientes que elabora la agencia de viajes para otra agencia de viajes o corresponsal, deben contener, al menos, la siguiente información:

- tipologías y condiciones especiales de alojamiento;
- fechas/horarios de llegada y salida;
- condiciones especiales de pago;
- servicios incluidos;
- atenciones a los clientes; y
- condición de VIP de clientes.

La agencia de viajes debe efectuar todas sus reservas, cambios o anulaciones por escrito o por cualquier medio que la tecnología le permita, y guardar en el expediente una evidencia de lo solicitado. La tramitación debe hacerse con la mayor rapidez posible y comunicarse al cliente en un plazo máximo de 24 h el estado de las reservas realizadas y los posibles cambios que haya que llevar a cabo. De todas las gestiones realizadas (reservas, confirmaciones, etc.) deben quedar registros.

Las agencia de viajes deben informar a sus clientes de los servicios opcionales ofrecidos por los proveedores (mayoristas, hoteles, etc.) en sus documentos informativos insistiendo en aquellos, que aún siendo opcionales, es conveniente que el cliente contrate, y de otros que por circunstancias especiales, sean necesarios para el cliente.

5.2 Mayorista

Una vez finalizadas las actividades de programación y establecidos los cupos con los correspondientes proveedores, se debe realizar un control. El responsable de esta actividad debe estar pendiente de las fechas de confirmación/devolución de los cupos, teniendo en cuenta si son automáticos o no, para comunicar esta información al personal de ventas.

Se debe documentar todas las incidencias referentes a los cupos, así como las alternativas posibles y soluciones diseñadas a problemas aparecidos.

El (los) responsable(s) de la realización de las operaciones debe(n) elaborar las listas de viajeros y enviarlas con la antelación acordada contractualmente a los proveedores que así lo requieran (hoteles, empresas de transportes, etc.).

Asimismo deben asesorar y, cuando fuera necesario, ayudar a la realización de todos los trámites legales, sanitarios, aduaneros y de los seguros pertinentes que fueran necesarios con anterioridad a la realización del viaje.

La agencia de viajes debe tener definido un responsable de la coordinación de los diferentes servicios, de relación con los distintos proveedores y que se ocupe de la resolución de las posibles incidencias que puedan ocurrir antes y durante la prestación del servicio. El responsable puede ser el guía de turismo (si existe), una persona destacada en el lugar de destino (receptivo, representante local, etc.) o una persona localizada en la central.

La agencia de viajes debe tener definidos los sistemas necesarios para asistencia en ruta y la resolución de incidencias surgidas durante el viaje. En el caso de problemas que sólo puedan ser resueltos desde la central, se debe establecer un sistema que garantice la atención en caso de aparición de incidencias fuera del horario de oficinas de la central. En caso de que no sea así, se debe informar con anterioridad a los clientes y se debe especificar en el correspondiente documento contractual.

La agencia de viajes mayorista debe cumplimentar y enviar con la debida anticipación, un contrato de viaje combinado para que la agencia de viajes minorista pueda presentar al cliente para su firma como aceptación de los servicios contratados.

5.3 Minorista emisor

El proceso en el caso de agencia de viajes minorista emisor comienza con la petición por parte del cliente de un producto/servicio determinado.

La agencia de viajes realiza la solicitud de la reserva, para lo que debe consultar los sistemas de reservas adecuados en función de las necesidades del cliente y, si fuese necesario, el manual de proveedores para escoger el que ofrezca mejores condiciones para dicho cliente. La persona que realiza la gestión confirma la reserva, si es posible, y si no lo es, escoge otra alternativa o coloca la solicitud en lista de espera. La agencia de viajes debe tener definido y documentado el método de seguimiento y control de listas de espera.

En cualquiera de los casos, se recaba la aceptación del cliente y reconfirma la reserva. Deben existir registros de la confirmación de las reservas realizadas.

El personal designado para ello realiza las gestiones relacionadas con la facturación y cobro de los productos/servicios prestados por la agencia de viajes (véase el capítulo 6) y entrega a los clientes la documentación de viaje, que debe incluir lo siguiente:

- títulos, bonos y demás documentos necesarios que incluyan los servicios contratados;
- información detallada del viaje, horas de salida, nombre y teléfono del proveedor, lugar y hora de presentación para la salida, número y tipo de habitaciones contratadas, régimen alimenticio contratado, especificación de servicios especiales si los hubiera, número de confirmación del proveedor si existe; y
- teléfonos de urgencia.

5.4 Minorista receptivo

Previamente a la llegada de los clientes, la agencia de viajes debe planificar las actividades que se van a realizar. Para ello necesita la siguiente información:

- horarios de llegada y salida (independientemente del proveedor del servicio);
- servicios incluidos; y
- horarios de presentación y cobertura de servicio.

La planificación consiste en la realización de las siguientes actividades:

- procesado de las reservas recibidas (cupos, releases, garantías, etc.), transmisión y control de las mismas;
- creación de las listas de llegada para los agentes implicados (proveedores y guías de turismo); y
- creación de las listas de salida para los agentes implicados (proveedores y guías de turismo).

Se debe realizar una comprobación de que los alojamientos reservados coinciden con el recibido y la reconfirmación de los billetes de vuelta de los clientes (para ello es necesaria la comunicación por parte del mayorista).

Deben estar definidos y documentados los procedimientos para la atención a los clientes en cuanto a las demandas de información, ayuda, atención médica, etc. Además se requiere disponer de un teléfono de asistencia las 24 h. A la llegada al destino se debe informar de las posibles excursiones, visitas guiadas, los detalles de la zona e información adicional que pueda ser de utilidad.

En los casos en los que haya retrasos, se debe atender al cliente e informarle, en la medida en que se disponga de dicha información, de las causas que lo motivan. Deben estar definidos unos criterios de actuación en estos casos.

El personal designado para ello realiza las gestiones relacionadas con la facturación y cobro de los productos/servicios prestados por la agencia de viajes.

La agencia minorista receptivo debe tener definido para los guías de turismo y el personal de asistencia:

- información para cada uno de los itinerarios, incluyendo información de los lugares culturales y turísticos, distancias entre lugares visitados, etc.;
- políticas de actuación respecto de las incidencias más comunes (enfermedades, problemas con los transportes, etc.).

Las agencia minorista receptivo deben tener una persona representante de la agencia de viajes que recabe la opinión de los clientes y realice una valoración del producto (proveedores, organización en el destino, trato con el cliente, etc.).

5.5 Gestión de la documentación de viaje

El personal de ventas debe elaborar una ficha con los datos del cliente y del viaje contratado. De todas las reservas realizadas (ya sea por ordenador o directamente con el proveedor) debe quedar registro, así como de la documentación de confirmación del proveedor.

Debe existir un sistema de control y seguimiento del estado de las reservas y que garantice todos los aspectos relacionados con las mismas estén correctos.

La agencia de viajes debe conservar factura de los servicios prestados y estar en disposición de entregarla si el cliente lo solicita, identificando cada uno de los servicios.

La documentación original (expediente) correspondiente al viaje debe ser archivada en las oficinas de la agencia de viajes.

6 COMERCIALIZACIÓN Y POSVENTA

6.1 Generalidades

La información y los materiales publicitarios y promocionales deben ofrecer al cliente fiabilidad con respecto a características verificables.

El personal de ventas debe conocer el material publicitario editado por su empresa y debe realizar su distribución como apoyo a la venta de productos.

El material publicitario y promocional debe estar actualizado, ser claro y veraz en la exposición de los datos y recoger información precisa. El minorista o en su caso el mayorista debe poner a disposición del cliente un programa o folleto informativo que contenga por escrito la correspondiente oferta sobre el viaje combinado y que debe incluir la información recogida en la legislación aplicable.

La planificación de las actividades de comercialización debe quedar reflejada documentalmente.

La agencia de viajes debe incluir en la documentación entregada al cliente explicaciones de aquellos términos de uso común en el sector que pueden inducir a error por su desconocimiento a los clientes (vuelo directo, visita guiada, etc.).

Dentro de las condiciones de venta deben estar incluidas las correspondientes coberturas legales (seguros de responsabilidad civil, de accidentes, etc.) y se debe informar de aquellos seguros opcionales que puede incluir el producto (seguros de gastos de anulación, incrementos de cobertura en los seguros básicos, asistencia en carretera, etc.).

6.2 Comercialización

La agencia de viajes debe identificar las necesidades y expectativas de los clientes y buscar la alternativa que mejor responda a dichas inquietudes.

La agencia de viajes debe informar a un cliente de las tarifas aplicables a los diferentes productos ofrecidos (billetes de avión, hoteles, etc.) en un determinado momento de la temporada, en caso de que lo solicite. La información debe ser dada con la mayor fiabilidad posible, teniendo en cuenta la antelación con que las tarifas sean pedidas.

Las características de las ofertas y promociones deben estar claramente especificadas, de forma que el cliente sepa en todo momento cuáles son los compromisos de la agencia de viajes y cuáles son los niveles de calidad ofrecidos.

En el caso de existir diferentes tarifas (temporada, ofertas, promociones, etc.), éstas deben responder al nivel de calidad de servicio que se ofrece, de modo que una tarifa reducida no signifique un nivel inferior respecto a las prestaciones establecidas y los requisitos indicados en esta norma.

Los servicios prestados por la agencia de viajes se deben formalizar en los correspondientes documentos (contrato, pedido, etc.). En los casos en los que se hayan pactado unas prestaciones específicas, éstas se deben igualmente formalizar en los correspondientes documentos comerciales.

La agencia de viajes debe disponer o tener acceso a un sistema de gestión de las ventas, reservas y confirmaciones que permita realizar las gestiones en tiempo real, salvo por incapacidad del proveedor.

Las agencias de viajes que elaboren su propio material publicitario deben solicitar la información actualizada a sus proveedores para la mejora de dicho material y realizar su distribución de forma documentada, comunicando los cambios oportunos referidos a condiciones, precios, selección de proveedores, fechas de salida, etc.

En el caso que las agencias de viajes elaboren material publicitario extractado de catálogos de viaje propios o de mayoristas, se debe hacer constar el nombre, título, agencia, dirección y mención del catálogo al que pertenece la oferta publicada, ya que en el catálogo constan las condiciones generales y particulares de contratación. Cualquier modificación o cambio importante debe ser comunicado en el momento de la contratación.

Las agencias mayoristas deben garantizar una distribución de sus folletos u otros materiales informativos y una reposición automática en caso de necesidad de sus clientes.

Las agencias de minoristas, deben tener un sistema definido que garantice la disponibilidad de sus folletos o materiales informativos de aquellas mayoristas con los que se trabaje.

Las agencias mayoristas deben participar activamente en la formación sobre sus productos de sus canales (minoristas, etc.), con el fin de que las condiciones y características de éstos sean bien conocidas a la hora de venderlos al cliente.

6.3 Actividades de posventa

Las agencia de viajes deben realizar y documentar actividades de servicio posventa y evaluación de la calidad del servicio de entre las siguientes:

- encuestas de satisfacción de clientes;
- entrevistas a clientes o potenciales clientes;
- auditorías (anunciadas o sin previo aviso) de los servicios prestados por la agencia de viajes y proveedores;
- otros sistemas de comprobación de la calidad (cliente misterioso, etc.).

El responsable o responsables designados para las actividades de posventa debe chequear periódicamente el nivel de calidad del servicio ofrecido por la agencia de viajes.

La agencia de viajes debe recabar la opinión de los clientes y realizar una valoración de los proveedores (relación calidad/precio, medios/instalaciones), del receptivo (organización, trato con el cliente) y del destino (características del lugar o ruta, climatología, habitantes, etc.).

Se deben registrar y procesar los datos obtenidos en las evaluaciones de la calidad del servicio, de forma que se obtengan conclusiones para la mejora de los servicios ofrecidos por la agencia de viajes. Los resultados de la evaluación se deben analizar y traducir en acciones concretas de mejora o de revisión del sistema, además de influir en la evaluación continua de los proveedores en los casos en los que de la evaluación se obtengan conclusiones acerca de los mismos. Para la implantación de dichas acciones la dirección de la agencia de viajes debe definir las responsabilidades y los plazos de implantación, así como dotar de los recursos necesarios a los responsables de las mismas.

La agencia de viajes debe tener definido y documentado un sistema para la atención, seguimiento y resolución de posibles reclamaciones y, si fuera necesario, compensar a los clientes para los que el servicio prestado no se corresponde con lo contratado.

7 DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS

7.1 Generalidades

Todos los productos diseñados por una agencia de viajes que tengan impacto en la calidad final deben ser realizados por personal con la cualificación y experiencia necesarios y aprobados por el responsable designado.

La agencia de viajes debe establecer procedimientos documentados para el control, verificación de los productos desarrollados o validación, con el fin de que se cumplan los requisitos especificados y las necesidades expresadas por los clientes.

Las actividades de diseño deben ser documentadas y planificadas previamente a su realización, deben estar definidas las responsabilidades para su realización y deben ser actualizadas a medida que cambien las circunstancias en las que se realiza dicho diseño. Cada una de las actividades debe ser asignada por el responsable designado a personal cualificado. Se deben definir y documentar las diferentes responsabilidades organizativas o técnicas entre distintas áreas o departamentos en las actividades de diseño.

Se debe recabar toda la información sobre el destino, previamente a la realización del diseño técnico, con el fin de realizar un buen diseño del producto y de recoger toda la información que posteriormente necesitan los guías de turismo y personal de asistencia durante el viaje.

Los datos de partida del diseño, tales como especificaciones técnicas, necesidades del cliente, disposiciones legales y reglamentarias, etc., deben estar identificadas, y en los casos que sea necesario documentadas. Se deben definir los datos de partida en función de unos criterios definidos por la agencia de viajes de acuerdo con el tipo de producto, las características de la agencia de viajes y otros que puedan aplicarse.

Los productos diseñados deben estar inequívocamente identificados y sus especificaciones perfectamente definidas y documentadas, con el objeto de que puedan ser conocidas por el cliente final.

Se debe revisar el diseño en caso de que cambien las condiciones en las que se realizó. El responsable designado debe identificar, documentar y aprobar todas las modificaciones identificadas.

7.2 Diseño de productos normalizado

Para el diseño de un paquete normalizado se deben tener en cuenta las tendencias actuales del sector, las posibles oportunidades de apertura de nuevos mercados o los análisis de los productos desarrollados por la competencia.

La realización del diseño técnico debe incluir la definición, análisis y documentación de los medios técnicos, recursos necesarios y proveedores implicados en el desarrollo del producto. Los proveedores utilizados en el producto final deben estar evaluados y aprobados o deben evaluarse, según lo descrito en esta norma.

El responsable designado por la agencia de viajes debe realizar la negociación con los proveedores y en función de dicha negociación fija el precio de venta, así como los márgenes esperados sobre el producto diseñado.

El responsable designado debe realizar un análisis de los posibles riesgos o problemas esperados, con el fin de preverlos estableciendo acciones preventivas.

El responsable designado debe realizar la contratación de los diferentes proveedores incluidos en el diseño del producto, formalizar los correspondientes contratos y depósitos, definir el alcance y la descripción de los servicios prestados por éstos y establecer los cupos con los correspondientes proveedores. Asimismo, debe realizar el escandallo de costes.

Las agencia mayoristas que realicen diseño de productos normalizados deben realizar una validación final del diseño antes de su comercialización, con el fin de comprobar que se satisfacen los datos de partida del diseño. Se debe documentar la validación final y los resultados de dichas comprobaciones de forma adecuada. Si el diseño fuera muy complejo, se pueden hacer validaciones parciales del producto previas a la validación final. Todos los cambios que sea necesario realizar como consecuencia de las validaciones parciales deben documentarse igualmente.

La agencia de viajes debe elaborar un manual operativo del producto y de proveedores que incluya toda la información relativa a las actividades y operaciones incluidas en dicho producto, los proveedores recomendados y los alternativos con las diferentes condiciones y tarifas de cada uno de ellos y aquella información adicional de interés para el personal de ventas o el cliente (condiciones especiales de algún proveedor, climatología de la zona, horarios de museos y monumentos, atracciones turísticas, etc.).

7.3 Diseño de productos a medida

El diseño de productos a medida parte de la detección de las necesidades y expectativas manifestadas por un cliente, que deben ser satisfechas por la agencia de viajes. El personal de ventas debe recoger de forma documentada y lo más detallada posible la petición hecha por el cliente en cuanto a las características, objetivos, necesidades y expectativas del producto deseado.

En función de lo manifestado por el cliente y de la experiencia del responsable del diseño, se hace un análisis y exposición de las diferentes alternativas y se realiza el diseño técnico del itinerario. El diseño técnico debe quedar reflejado de forma documentada.

La realización del diseño técnico debe incluir la definición, análisis y documentación de los medios técnicos, recursos necesarios y proveedores implicados en el desarrollo del producto. Los proveedores utilizados en el producto final deben estar evaluados y aprobados o deben evaluarse, según lo descrito en esta norma.

El responsable (designado por la agencia de viajes) del producto debe realizar la negociación con los proveedores y en función de dicha negociación fijar el precio de venta, así como los márgenes esperados sobre el producto diseñado y el escandallo de costes.

El responsable designado debe definir el alcance y la descripción de los servicios prestados por los proveedores, elaborar un presupuesto y unas condiciones de pago para el cliente, definir las condiciones del acuerdo entre el cliente y la agencia de viajes y establecer aquella información adicional de interés para el cliente.

Las agencia de viajes que realicen diseño de productos a medida deben verificarlos antes de su comercialización con el fin de comprobar que se satisfacen los resultados de partida del diseño y se debe solicitar la conformidad del cliente respecto al producto diseñado. Se deben documentar los resultados de las verificaciones.

El personal de ventas (o el responsable designado) debe solicitar la aceptación por parte del cliente de las condiciones propuestas mediante firma de contrato o similar.

8 MEJORA

La implantación de la mejora continua se considera adecuada cuando se produzcan las siguientes condiciones:

- La dirección haya designado, entre los miembros del equipo directivo, una persona (gestor de la calidad) que, con independencia de otras funciones, asegure el cumplimiento de la norma, y que tenga autoridad definida para:
 - a) asegurar que el sistema de gestión de calidad está implantado de acuerdo con los requisitos de esta norma;
 - b) informar a la dirección del funcionamiento del sistema de gestión de la calidad, incluyendo las necesidades para la mejora;
 - c) controlar el desarrollo de los servicios bajo condiciones adversas a la calidad hasta su completa resolución. La dirección debe designar una persona que asuma la responsabilidad sobre todos los servicios de la entidad en su ausencia, así como el alcance de la misma y los oportunos procedimientos.
- Todas aquellas personas responsables del cumplimiento de la norma de las diferentes áreas o funciones tengan libertad y autoridad definida para:
 - a) identificar y registrar cualquier condición adversa a la calidad del servicio y establecimiento de las acciones correctivas;
 - b) identificar y registrar potenciales condiciones adversas a la calidad del servicio e iniciar acciones preventivas para evitarlas.
- La dirección haya definido y documentado la política de calidad de la agencia de viajes así como los objetivos de calidad, de tipo general y específicos, temporales y medibles, que permitan llevar a cabo la política de calidad.

La política de calidad y los objetivos deben estar claramente formulados, difundidos y comprendidos entre las diferentes unidades organizativas de la agencia de viajes.

Se debe establecer una planificación anual de las actividades de la temporada siguiente. Esta planificación se debe realizar en función de los objetivos para el siguiente año y del histórico de la agencia de viajes.

La dirección debe establecer un sistema de comunicación interna (notas internas, memorandum) para asegurar que la información necesaria sobre todos los aspectos de la explotación es recibida y emitida en todos los niveles de la organización.

La dirección debe tener establecido un procedimiento para la revisión del sistema de calidad. La dirección debe revisar a intervalos definidos, al menos una vez al año, el sistema de gestión de la calidad para asegurar el correcto funcionamiento y eficiencia del mismo. En dicha revisión se debe tener en cuenta:

- cumplimiento de objetivos;
- asignación de recursos;

- resultados de las auditorías internas/externas;
- condiciones adversas a la calidad;
- acciones correctivas y preventivas;
- quejas o reclamaciones de clientes;
- indicadores de calidad;
- resultados de encuestas a clientes;
- anteriores revisiones del sistema por la dirección;
- plan de formación.

Debe guardarse registro de los resultados de dichas revisiones.

La dirección debe tener definido y documentado un sistema para identificar las condiciones adversas a la calidad, analizarlas y establecer las acciones correctivas o preventivas que aseguren el restablecimiento o la preservación del nivel de calidad.

El sistema para identificar las condiciones adversas a la calidad debe contemplar, como mínimo, las siguientes situaciones en que la calidad de servicio puede fallar:

- espera en los locales de la agencia de viajes;
- descoordinación con proveedores;
- niveles de prestación del servicio inferiores a los mínimos establecidos;
- dotación de recursos humanos inferior a la plantilla estándar; y
- resultados negativos de mediciones de satisfacción del cliente.

La agencia de viajes debe tener implantado un sistema de tratamiento de quejas y sugerencias de los clientes, en el que se establezca la organización necesaria, los responsables de la gestión y el modo de implantación y gestión. El sistema debe ser ágil y eficaz, en el sentido que debe ser fácilmente accesible al cliente para que este pueda expresar su queja, y de manera casi inmediata permita actuar para recuperar la satisfacción del mismo por problemas que hayan acaecido.

Se debe establecer un procedimiento de acciones correctivas que debe contemplar los siguientes aspectos:

- identificación de condición adversa a la calidad, incluyendo los datos necesarios para su estudio y resolución (lugar, fecha, etc.);
- análisis de las causas que han originado la situación, de las que debe estar informado el gestor de la calidad;
- determinación e implantación de las acciones correctivas necesarias para restablecer el nivel de calidad del servicio, estableciendo responsabilidades y mecanismos para comprobar la eficacia de las mismas por parte del gestor de la calidad. Se debe guardar registro de los resultados de las acciones correctivas adoptadas (seguimiento y cierre).

Se debe establecer un procedimiento de acciones preventivas para eliminar las causas potenciales de las condiciones adversas a la calidad y prevenir su aparición. Estas acciones preventivas deben ser resultado del análisis de información proveniente de los indicadores de calidad, revisiones del sistema, equipos de mejora, etc. El procedimiento de acciones preventivas debe contemplar los siguientes aspectos:

- identificación de los procesos, productos y servicios potencialmente adversos a la calidad, incluyendo los datos necesarios para su estudio y resolución (lugar, fecha, etc.);
- análisis de las causas que han originado la situación, de las que debe estar informado el gestor de la calidad;
- determinación e implantación de las acciones preventivas necesarias para eliminar las causas potenciales de las condiciones adversas a la calidad del servicio, estableciendo responsabilidades y mecanismos para comprobar la eficacia de las mismas por parte del gestor de la calidad. Se debe guardar registro de los resultados de las acciones preventivas adoptadas (seguimiento y cierre).

La agencia de viajes debe favorecer la implantación de un mecanismo de mejora de calidad que, basado en los principios de la calidad total, contenga como mínimo los siguientes elementos:

- determinación de los problemas clave en los procesos o actividades existentes y cómo pueden ser corregidos;
- aplicar el plan;
- confirmar que el plan funciona y se producen mejoras en los resultados;
- modificar el proceso previo adecuadamente, documentar el proceso revisado y utilizarlo;
- los equipos de mejora deben fomentar la participación de todos los empleados de la agencia de viajes cualquiera que sea su categoría o función.

La agencia de viajes debe disponer de un sistema de indicadores, de manera que la dirección pueda obtener la información adecuada correspondiente a la evolución y el nivel de calidad de los servicios y procesos. La dirección de la agencia de viajes, debe definir e implantar un sistema de evaluación de la calidad del servicio por los clientes, bien sea mediante cuestionarios, encuestas o entrevistas. Estos cuestionarios deben contener componentes para la evaluación de todos aquellos servicios de la agencia de viajes que puedan ser percibidos por el cliente.

Se deben establecer los sistemas mediante los cuales los empleados puedan aportar sugerencias a la dirección para la mejora de la calidad del servicio.

ANEXO A (Informativo)**RELACIÓN DE ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA
LA EVALUACIÓN INICIAL DE PROVEEDORES**

A continuación se enumeran una serie de recomendaciones a tener en cuenta en la evaluación inicial de proveedores.

A.1 Aspectos generales

- a) Se trata de un proveedor habitual de las agencia de viajes.
- b) Trabaja con otras agencia de viajes conocidas.
- c) Se trata de una organización (empresa, personas) con presencia significativa y prestigio en su entorno (país, ciudad, sector, etc.).
- d) Pertenece a algún grupo de empresas de reconocido prestigio.

A.2 Capacidad técnica

- a) Dispone de recursos (instalaciones, medios, personas) suficientes para atender las necesidades de la agencia de viajes.
- b) Dispone de una red de suministradores locales que asegura su capacidad de respuesta ante demandas excepcionales.
- c) Sus instalaciones y medios técnicos son adecuados.
- d) Tiene entre sus clientes otros a los que suministra productos o servicios similares a los que se pretende contratar.
- e) Dispone de una cartera de productos o servicios que incluyen los que se pretenden subcontratar.
- f) Los productos o servicios que ofrece están descritos en especificaciones o documentos similares que identifiquen sus características técnicas.

A.3 Gestión de la calidad

- a) Dispone de un sistema de calidad certificado o reconocido ante organismos competentes del sector.
- b) Mantiene un sistema formalizado de control de la calidad de sus productos o servicios.
- c) Dispone de registros objetivos (encuestas) que evidencien un adecuado nivel de calidad de sus productos o servicios.

AENOR Asociación Española de
Normalización y Certificación

Dirección C Génova, 6
28004 MADRID-España

Teléfono 91 432 60 00

Fax 91 310 40 32

AENOR AUTORIZA EL USO DE ESTE DOCUMENTO A PATRONATO DE LA UNIVERSIDAD DEL CARIBE A.C.