



**Sistema de Sostenibilidad Turística Bajo la Norma Técnica Sectorial 003  
para la Empresa VW Tours**

**Angela María Cajas Pabón  
Eileen Karina Castañeda Losada  
Marlin Carolina Ortega Muñoz**

Universidad EAN

Facultad

Programa Maestría en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Ciudad, Colombia

04/diciembre/2021

**Sistema de Sostenibilidad Turística Bajo la Norma Técnica Sectorial 003 para la  
Empresa VW Tours.**

**Angela María Cajas Pabón  
Eileen Karina Castañeda Losada  
Marlin Carolina Ortega Muñoz**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

**Magister en Proyectos de Desarrollo Sostenible**

Director:

José Luis Niño Amézquita

Modalidad:

**Trabajo Dirigido**

Universidad EAN

Facultad

Programa Maestría en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Ciudad, Colombia

04/diciembre/2021

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

### **Agradecimientos**

A Dios, nuestras familias, al profesor José Luis Niño Amézquita y a la Universidad EAN por darnos el impulso para desarrollar con éxito nuestro proyecto educativo dentro de la Maestría en Proyectos de Desarrollo Sostenible, sin duda, cada uno de sus aportes han sido indispensables para lograr materializar este propósito.

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

**Resumen**

Durante los últimos años, el sector turístico viene evidenciando un notable crecimiento convirtiendo esta industria en una de las más importantes en la economía y comercio del país. Para su fortalecimiento se tienen dispuestas a nivel gubernamental algunas normas técnicas sectoriales que fomentan a través de programas, proyectos e ideas, que dicho turismo sea sostenible y aporte a la protección de la biodiversidad.

El cumplimiento legal de estas iniciativas se considera que elevan el desempeño de la actividad turística desde un enfoque sostenible, que busca mitigar su impacto sobre los recursos y las comunidades, generando no solo una conciencia responsable sino también un desarrollo participativo que involucra a la población en general con el sector empresarial desde la gestión de los impactos ambientales en sus operaciones.

En el presente documento se presenta el diseño de un Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística para la empresa VW Tours, adaptado a su situación actual y necesidades para cumplir con los requisitos establecidos en la NTS TS 003 y la normatividad aplicable. La formulación del plan se estructura a partir de un diagnóstico que analiza factores tanto externos como internos, tales como: requisitos socioculturales, ambientales, tecnológicos económicos y de seguridad.

Para identificar los niveles de cumplimiento en relación a la normatividad vigente, se establece una metodología que involucra la realización y aplicación de encuestas a los principales *stakeholders* de la empresa (empleados, contratistas, proveedores y clientes), con una población y muestra de 20, distribuidas con un nivel de error del 5% y confianza de 95%.

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

**Abstract**

In recent years, the tourism sector has shown remarkable growth, making this industry one of the most important in the country's economy and commerce. In order to strengthen this industry, the government has established a number of sectoral technical standards that promote sustainable tourism and contribute to the protection of biodiversity through programs, projects, and ideas.

Legal compliance with these initiatives is considered to raise the performance of tourism activities from a sustainable approach, which seeks to mitigate its impact on resources and communities, generating not only a responsible conscience but also a participatory development that involves the population in general with the business sector from the management of environmental impacts in their operations.

This document presents the design of a Tourism Sustainability Management System for the company VW Tours, adapted to its current situation and needs in order to comply with the requirements established in NTS TS 003 and the applicable regulations. The formulation of the plan is based on a diagnosis that analyzes both external and internal factors, such as: sociocultural, environmental, technological, economic and safety requirements.

To identify the levels of compliance with current regulations, a methodology is established that involves conducting and applying surveys to the company's main *stakeholders* (employees, contractors, suppliers and customers), with a population and sample of 20, distributed with an error level of 5% and a confidence level of 95%.

**Keywords:** Management system, tourism sustainability, sustainable development.

## Contenido

	Pág.
<b>1. Introducción .....</b>	<b>12</b>
<b>2. Objetivos.....</b>	<b>14</b>
2.1. <i>Objetivo general.....</i>	<i>14</i>
2.2. <i>Objetivos específicos.....</i>	<i>14</i>
<b>3. Justificación .....</b>	<b>15</b>
<b>4. Marco Institucional .....</b>	<b>18</b>
4.1. <i>Presentación de la empresa.....</i>	<i>18</i>
4.2. <i>Referentes estratégicos .....</i>	<i>19</i>
4.3. <i>Estructura organizacional.....</i>	<i>20</i>
4.4. <i>Productos o servicios ofertados.....</i>	<i>22</i>
4.5. <i>Análisis del sector.....</i>	<i>24</i>
<b>5. Marco de Referencia.....</b>	<b>31</b>
5.1. <i>Sistema de gestión.....</i>	<i>31</i>
5.2. <i>Contexto de la gestión de la sostenibilidad.....</i>	<i>33</i>
5.3. <i>Norma Técnica NTS –TS Sectorial Colombiana 003.....</i>	<i>37</i>
5.4. <i>Sistema de gestión de sostenibilidad turística bajo la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003 .....</i>	<i>40</i>

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

5.5. Concepto de calidad.....	43
5.6. Certificado de Calidad Turística la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003....	44
<b>6. Diseño Metodológico .....</b>	<b>46</b>
6.1. Tipo de investigación.....	46
6.2. Análisis externo .....	47
6.3. Análisis interno .....	49
6.4. Población, muestra y ficha técnica.....	50
6.5. Identificación de las variables .....	53
6.5.1. Análisis externo.....	53
6.5.2. Análisis Interno.....	54
6.6. Instrumento de medición .....	56
6.7. Validación del instrumento de medición .....	57
6.8. Metodología para proponer el plan de mejora de la intervención empresarial	59
<b>7. Diagnóstico Organizacional .....</b>	<b>60</b>
7.1. Procesamiento estadístico de datos.....	61
7.1.1. Análisis externo – Modelo PESTEL.....	61
7.1.2. Análisis interno – Encuesta con escala Likert .....	67
7.2. Análisis de los resultados.....	69
7.2.1. Situación actual.....	69
7.2.2. Fortalezas.....	71
7.2.3. Oportunidades de mejora .....	72



Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

<b>8. Plan de Intervención: Propuesta del Sistema de Gestión para la Sostenibilidad Turística bajo la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003 para la Agencia de Viajes VW Tours y plan de implementación.....</b>	<b>75</b>
8.1. <i>Requisitos legales</i> .....	76
8.2. <i>Sistema de gestión para la sostenibilidad</i> .....	77
8.2.1. Política de sostenibilidad.....	78
8.2.2. Programas de gestión para la sostenibilidad.....	78
8.2.3. Monitoreo y seguimiento .....	78
8.2.4. Gestión de proveedores.....	79
8.2.5. Autoridad y responsabilidad.....	79
8.2.6. Información y capacitación .....	80
8.2.7. Documentación .....	80
8.2.8. Mejora.....	81
8.3. <i>Requisitos ambientales</i> .....	82
8.3.1. Patrimonio natural .....	82
8.3.2. Uso eficiente del agua.....	84
8.3.3. Uso eficiente de la energía .....	84
8.3.4. Gestión de residuos .....	84
8.3.5. Material publicitario .....	85
8.4. <i>Requisitos socioculturales</i> .....	85
8.4.1. Conservación y uso sostenible del patrimonio cultural .....	85
8.4.2. Manejo y prevención de riesgos sociales.....	85
8.5. <i>Requisitos económicos</i> .....	86

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

8.5.1. Contratación y generación de empleo .....	86
8.5.2. Aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades .....	87
8.6. <i>Requisitos de seguridad</i> .....	87
8.6.1. Seguridad .....	87
<b>9. Plan de implementación.....</b>	<b>87</b>
9.1. <i>Fases de implementación</i> .....	87
9.2. <i>Evaluación financiera del Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística VW</i> <i>Tours</i> 90	
9.2.1. Costos Directos.....	91
9.2.2. Costos Indirectos.....	95
9.2.3. Flujo de caja .....	96
9.2.4. Análisis de indicadores .....	97
<b>10. Conclusiones.....</b>	<b>99</b>
<b>11. Recomendaciones .....</b>	<b>102</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>104</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>114</b>
<i>Anexo 1. Instrumento para la medición: Encuesta Diagnóstico Interno Agencia de</i> <i>viajes VW Tours</i> .....	114
<i>Anexo 2. Validación instrumento de medición</i> .....	119

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

<i>Anexo 3. Resultados de la encuesta de acuerdo con escala Likert – Frecuencia absoluta para cada atributo. ....</i>	<i>133</i>
<i>Anexo 4. Resultados de la encuesta de acuerdo con escala Likert – Frecuencia relativa para cada atributo. ....</i>	<i>134</i>
<i>Anexo 5. Matriz de requisitos legales .....</i>	<i>135</i>
<i>Anexo 6. Procedimiento de identificación, evaluación y actualización de requisitos legales .....</i>	<i>138</i>
<i>Anexo 7. Lista de chequeo de requisitos legales .....</i>	<i>140</i>
<i>Anexo 8. Política de turismo sostenible en español.....</i>	<i>141</i>
<i>Anexo 9. Política Turismo Sostenible en idioma inglés.....</i>	<i>143</i>
<i>Anexo 10. Matriz de evaluación de impactos .....</i>	<i>144</i>
<i>Anexo 11. Procedimiento de monitoreo y seguimiento .....</i>	<i>149</i>
<i>Anexo 12. Formato análisis del impacto de compras.....</i>	<i>151</i>
<i>Anexo 13. Formato acta de reunión.....</i>	<i>152</i>
<i>Anexo 14. Formato programa de sensibilización e información .....</i>	<i>154</i>
<i>Anexo 15. Formato plan de capacitación .....</i>	<i>155</i>
<i>Anexo 16. Listado maestro de documentos .....</i>	<i>156</i>
<i>Anexo 17. Ciclo de Mejora .....</i>	<i>158</i>
<i>Anexo 18. Programa de flora y fauna .....</i>	<i>159</i>
<i>Anexo 19. Programa de uso eficiente del agua.....</i>	<i>163</i>

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

<i>Anexo 20. Programa de uso eficiente de la energía .....</i>	<i>166</i>
<i>Anexo 21. Programa de gestión de residuos sólidos .....</i>	<i>169</i>
<i>Anexo 22. Programa de manejo de material publicitario.....</i>	<i>174</i>
<i>Anexo 23. Programa sociocultural .....</i>	<i>177</i>
<i>Anexo 24. Código de Conducta .....</i>	<i>186</i>
<i>Anexo 25. Programa de prevención de riesgos sociales .....</i>	<i>189</i>
<i>Anexo 26. Programa de contratación y generación de empleo .....</i>	<i>193</i>
<i>Anexo 27. Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades.....</i>	<i>200</i>
<i>Anexo 28. Programa de seguridad .....</i>	<i>209</i>
<i>Anexo 29. Compilado Documentos Sistema de Gestión .....</i>	<i>211</i>

**Lista de figuras**

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Logo Agencia de viajes VW Tours. Fuente: VW Tours (2021).....	18
Figura 2. Estructura Organizacional. Fuente: VW Tours (2021).....	21
Figura 3. Afectación en el PIB de cada país. Fuente: Elaboración propia con base en información de CEPAL (2021).....	25
Figura 4. Segmentación por edad. Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021). .....	28
Figura 5. Situación laboral. Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021). .....	28
Figura 6. ¿De qué forma compraría su viaje? Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021). .....	29
Figura 7. ¿Qué tipo de turismo le interesaría explorar? Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021). .....	30
Figura 8. Modelo PESTEL Análisis externo. Fuente: Elaboración propia con base en información de Martin (2017).....	48
Figura 9. Resultados encuesta escala Likert según la frecuencia relativa porcentual. Fuente: Elaboración propia (2021).....	68
Figura 10. Fases de ejecución del proyecto Fuente: Elaboración propia (2021). .....	88

## Sectorial 003 para la Empresa VW Tours

**Lista de tablas**

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Datos generales de la empresa.....	18
Tabla 2. Servicios comercializados por la Agencia VW Tours.....	22
Tabla 3. Pérdidas proyectadas en el PIB de cada país. ....	25
Tabla 4. Marco normativo para el desarrollo del turismo en Colombia .....	39
Tabla 5. Ficha técnica .....	52
Tabla 6. Variables para evaluar dentro del análisis externo. ....	54
Tabla 7. Evaluadores a cargo de la validación del instrumento .....	57
Tabla 8. Modelo PESTEL .....	62
Tabla 9. Cronograma Fase 1 Implementación del sistema .....	89
Tabla 10. Parámetros Generales, ingresos históricos y proyectados de la Agencia de viajes VW Tours e ingresos asociados a la implementación del sistema .....	90
Tabla 11. Costos Directos del Recurso Humano por perfil requerido .....	92
Tabla 12. Costos Directos de Recurso Humano por Dedicación .....	92
Tabla 13. Costos Directos de Publicidad.....	93
Tabla 14. Costos Directos de Papelería.....	94
Tabla 15. Costos Directos de Materiales y Equipos .....	94
Tabla 16. Costos indirectos de Materiales y Equipos .....	95
Tabla 17. Flujo de caja.....	96
Tabla 18. Análisis de Indicadores.....	98

## 1. Introducción

Los antecedentes de la sostenibilidad de las organizaciones del sector turístico en Colombia se remontan al año 1949, cuando se creó la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), que propende y promociona el sector del turismo en el país (Muñoz, 2017). Posteriormente, hacia el año de 1996 con la expedición de la Ley 300 se establece el marco legal en el país para trabajar bajo el concepto de turismo sostenible, se crea el Registro Nacional del Turismo (RNT) y se identifica la necesidad e importancia de generar Normas Técnicas Sectoriales que brinden un mejor servicio a los usuarios del turismo (López, 2017).

En este sentido, en Colombia, según lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 1558 de 2012, los prestadores de servicios turísticos deben dar cumplimiento a las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización y establecidas en el artículo 69 de la Ley 300 de 1996; además, de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) (2015), en el artículo 2.2.4.1.2.1 del Decreto 1074 de 2015, modificado por el artículo 4 del Decreto 2063 de 2018, para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT) los prestadores de servicios turísticos deben informar el cumplimiento de la implementación de las Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad Turística (NTS-TS), tal es el caso de la NTS –TS 003 elaborada por la Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible (ICONTEC, 2018) y que establece los requisitos de sostenibilidad para las agencias de viajes.

Adicionalmente, el MINCIT (2020), elaboró la “Política de Turismo Sostenible: “Unidos por la Naturaleza”, con el propósito de fortalecer la sostenibilidad del sector turismo en Colombia. A su vez, el MINCIT (2020) hace referencia a los resultados de un informe técnico acerca de la implementación de las NTS-TS en el país, que evidencia cómo la mayoría de los prestadores analizados no cumplen con esta obligación legal, debido a factores tales como la baja capacidad de recursos técnicos, operativos y económicos (MINCIT, 2020).

003 para la Empresa VW Tours.

---

La empresa VW Tours no ha implementado el Sistema de Sostenibilidad Turística exigido por la normatividad vigente, lo cual genera una desventaja competitiva al no cumplir con los requisitos legales establecidos para el desarrollo de la actividad turística, cuyo desenlace final podría ser el incumplimiento de los objetivos organizacionales, así como la limitación o el impedimento en la prestación de los servicios turísticos desde la legalidad.

Por ello, la pregunta de investigación sobre cuál es la mejor solución es: ¿Cuál es el sistema de gestión de sostenibilidad turística que se adapta a la situación actual y las necesidades de la empresa VW Tours para cumplir con los requisitos establecidos en la NTS TS 003 y la normatividad aplicable?, Con base en lo anterior, con este trabajo de grado se busca formular un Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística que se adapte a la situación actual y las necesidades de la empresa VW Tours bajo la NTS TS 003.

El presente documento se estructura en los objetivos general y específicos de la investigación orientados a diseñar un sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 para VW Tours; la justificación de la investigación que radica en el cumplimiento de este requisito legal y los beneficios en materia de sostenibilidad y competitividad para la agencia de viajes; el marco institucional donde se realiza la presentación de la empresa; el marco de referencia como soporte teórico y fundamento de la investigación; el diseño metodológico para desarrollar el diagnóstico organizacional de la agencia a partir de la valoración de aspectos de carácter interno y externo; el plan de intervención que consiste en la Propuesta del Sistema de Gestión para la Sostenibilidad Turística para VW Tours y finalmente, las recomendaciones y conclusiones de la investigación.



## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

Diseñar un sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 para la empresa VW Tours.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Identificar en la literatura los referentes teóricos necesarios para el diseño de un sistema de sostenibilidad turística.
- Analizar la situación actual del componente operativo de la agencia de viajes VW Tours, para identificar su estado actual y posibles oportunidades de mejora en relación con la sostenibilidad turística.
- Proponer un sistema de sostenibilidad turística que se acoja a las necesidades de la empresa VW Tours.
- Proponer un plan de implementación del sistema de sostenibilidad turística diseñado.

### 3. Justificación

El diseño de un sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 para la empresa VW Tours, es relevante y útil para la agencia de viajes, dado que le permitirá, en primera instancia, cumplir con este requisito legal para su adecuado funcionamiento. Lo anterior, a su vez, traerá los siguientes beneficios a la empresa VW Tours, más allá del cumplimiento de los requisitos legales:

- Elevar su desempeño en relación con el desarrollo sostenible, equilibrando las dimensiones ambiental, social y económica (Artaraz, 2002) durante la prestación del servicio, lo cual se traduce en la mejora de la calidad del mismo, bajo el concepto de turismo sostenible y las Normas Técnicas Sectoriales orientadas a la sostenibilidad en el sector (López, 2017).
- Alinearse en materia de sostenibilidad con aliados estratégicos como grandes proveedores que cuentan con un sistema de sostenibilidad turística, tal es el caso de los hoteles, aliados clave para la operación y crecimiento de VW Tours, lo cual le permitirá a la agencia de viajes el fortalecimiento de su campo de acción y ofrecer servicios turísticos con mayor calidad, generación de sinergias en sostenibilidad, mayor competitividad proporcionando oportunidades de turismo para todos los sectores sociales y diferenciación en la región, reflejando el compromiso de la agencia de viajes con la sostenibilidad y el fortalecimiento del sector turístico.
- Evitar sanciones, que pueden afectar la imagen de la empresa ante las partes interesadas (o *stakeholders*), sus finanzas y, por ende, su competitividad y su capacidad de mantenerse en el mercado.
- Contribuir al propósito de la sostenibilidad del sector turismo en Colombia, plasmado en la “Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza” elaborada por el MINCIT (2020).

## 003 para la Empresa VW Tours.

- 
- Mitigar los impactos ambientales asociados a sus actividades durante la prestación del servicio.
  - De acuerdo con el MINCIT (2021), obtener el Certificado de Calidad Turística según la Norma Técnica Sectorial NTS–TS 003, que evidencia el compromiso de la empresa para mejorar sus procesos en relación con la sostenibilidad turística y la calidad en la prestación del servicio, lo cual permite destacarse positivamente ante las partes interesadas (o *stakeholders*).

En este sentido, es pertinente resaltar que, de acuerdo con el MINCIT (2020), uno de los requisitos para la implementación de la NTS TS 003, es la elaboración de una matriz de evaluación de impactos ambientales, socioculturales y económicos, que permitirá identificar los impactos generados por la empresa VW Tours, considerando una serie de requisitos relacionados con el desarrollo sostenible del turismo. A partir de la matriz de evaluación de impactos, se deben formular las medidas de manejo correspondientes (MINCIT, 2020), contribuyendo así a la protección del entorno como capital natural en que se sustenta el sector.

Es así, como la elaboración de un análisis situacional del componente operativo de VW Tours, la propuesta de un sistema de sostenibilidad turística y un plan de implementación del sistema de sostenibilidad turística permitirá a la empresa forjar ventajas competitivas al demostrar su compromiso con la sostenibilidad frente a los usuarios, llegando así a clientes de diferentes segmentos y generaciones, incluyendo las más recientes, cada día más interesadas en la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible, lo cual se traduce en el impacto empresarial esperado, es decir, alcanzar una mayor cantidad de usuarios, el consecuente incremento de las utilidades y la solidez en un mercado en crecimiento, en línea con el propósito a nivel país plasmado en la Política de Turismo Sostenible del MINCIT (2020).

Finalmente, en relación con las tendencias económicas del sector, según Araújo (2016), durante décadas, ha sido manifiesta un continuo crecimiento y diversificación del turismo, llegando a consolidarse en uno de los sectores de la economía de mayor

003 para la Empresa VW Tours.

---

importancia y expansión a nivel mundial, así como en una de las principales fuentes de ingresos de muchos países en vía de desarrollo (Araujo Gómez, 2016). En esta línea, de acuerdo con el MINCIT (2020), a nivel mundial, en el año 2019 el turismo tuvo un crecimiento de 3,5% frente al crecimiento de la economía global del 2,5%.

A nivel nacional, según Serrano Amado (2018), en Colombia se presentó un importante crecimiento del turismo en el año 2017 frente al año 2016, debido a la mejora en las condiciones de seguridad gracias a la firma de los acuerdos de paz, lo que permitió al sector posicionarse como una importante fuente de divisas y empleo en el país. Posteriormente, para el año 2019, el MINCIT (2020) evidencia que el aporte del sector turismo al valor agregado nacional es de 2,15% y en el año 2019 creció respecto a 2018, en cuanto al valor agregado de alojamiento y servicios de comida en un 4,7%, las divisas que ingresaron al país por viajes y transporte aéreo de pasajeros en un 2,4% y el número de visitantes no residentes en un 3%; además en 2019 el turismo aportó aproximadamente el 3% de los ocupados en el país.

El contexto descrito, evidencia una oportunidad para el crecimiento de la empresa VW Tours, dando cumplimiento de los requisitos legales con respecto a la sostenibilidad del sector turismo en Colombia, gracias a la implementación de un sistema de sostenibilidad turística, donde se propenda por el equilibrio las dimensiones ambiental, social y económica, mediante la prestación de un servicio calidad bajo los lineamientos de la NTS TS 003.

## 4. Marco Institucional

### 4.1. Presentación de la empresa

La Agencia de Viajes VW Tours Tu Destino, es una microempresa creada en el año 2015, según registro de matrícula mercantil de la cámara de comercio del Huila, actualmente se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Turismo como Agencia de Viajes y Turismo, en la Tabla 1 se relacionan los datos principales de la empresa.

Tabla 1. Datos generales de la empresa

Nombre o razón social	Agencia de Viajes VW Tours Tu Destino
NIT	26511836-8
Representante legal	Vianney Losada Gaita
Domicilio principal	Calle 16 No 7-37 Campoalegre – Huila
Tamaño empresa	Microempresa
Número de empleados	2
Promedio de facturación anual	\$210.800.000
Sector	Turismo
Red social – Facebook	Agencia de Viajes VW Tours

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Agencia de Viajes VW Tours, diseñó su logo acompañado del lema “Amo Viajar” (ver Figura 1), el cual busca que sus clientes se identifiquen con el disfrute de vacaciones



Figura 1. Logo Agencia de viajes VW Tours. Fuente: VW Tours (2021).

003 para la Empresa VW Tours.

---

## **4.2. Referentes estratégicos**

En este ítem se describen los referentes estratégicos definidos para la agencia de viajes VW Tours, teniendo en cuenta la misión, visión, valores corporativos y su estructura organizacional, todos ellos asociados a la implementación del sistema de sostenibilidad Turística bajo la Norma Técnica Sectorial 003.

### **4.2.1. Misión**

Brindar a nuestros clientes una oportunidad de vivir una experiencia de viaje basado en sus sueños y anhelos, con un enfoque de compromiso social y ambiental al alcance de sus manos, en donde prime el turismo como la mejor alternativa para el uso adecuado del tiempo libre, promoviendo la cultura y aprovechamiento de los escenarios naturales, mediante viajes y paquetes turísticos únicos y a precios accesibles en donde su salud, comodidad, tranquilidad son nuestro fin.

### **4.2.2. Visión**

La agencia de Viajes VW Tours para el año 2025 será una empresa reconocida en la región, por la confianza y seguridad que le ofrecemos a nuestros clientes, presentando innovadores servicios y asegurando una actividad turística estable, promoviendo un ambiente de buenas relaciones, obteniendo la mayor satisfacción de nuestros clientes y basado en un enfoque social de equidad en el acceso al turismo.

### **4.2.3. Valores corporativos**

La Agencia de Viajes VW Tours contempla dentro de sus valores corporativos los siguientes:

- Satisfacción a nuestros clientes: Acceso a servicios turísticos con calidad y precios accesibles de acuerdo con los destinos nacionales.

003 para la Empresa VW Tours.

---

- Servicio turístico de calidad: Brindar paquetes turísticos todo incluido con seguridad para nuestros clientes dando prioridad a la calidad de los servicios.
- Mejora continua: Teniendo en cuenta las sugerencias de los clientes y su satisfacción, se busca mejorar continuamente la calidad de los servicios, de tal manera que se pueda brindar mayor comodidad a nuestros clientes.

#### **4.2.4. Enfoque para competir**

La Agencia de Viajes VW Tours brinda paquetes turísticos para destinos nacionales con precios accesibles de acuerdo al tipo de destino dando un enfoque social con bajos costos, acordes a las necesidades de clientes, brinda paquetes con todos los servicios incluidos, los cuales pueden ser pagados mediante pago de contado o por medio de financiamiento, los paquetes incluyen transporte, alimentación, hospedaje, ingreso a sitios turísticos, esto le brinda al cliente comodidad, tranquilidad y una total confianza en todo su viaje.

#### **4.3. Estructura organizacional**

Como microempresa la agencia de viajes VW Tours está compuesta por dos áreas, las cuales se encargan del manejo comercial y operacional, también cuenta con un área administrativa donde básicamente se encargan de la contabilidad, las finanzas y los recursos humanos (ver Figura 2).

003 para la Empresa VW Tours.

---

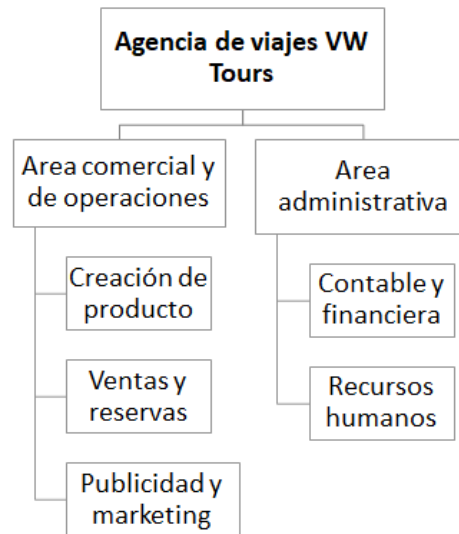


Figura 2. Estructura Organizacional. Fuente: VW Tours (2021).

Referente al área comercial y de operaciones, ésta se encarga de crear los paquetes turísticos y adaptarlos a las necesidades del cliente, coordinar la logística con los proveedores de servicios, como son los hoteles, restaurantes y transporte, ya que la Agencia maneja principalmente el tipo de transporte terrestre mediante la contratación de buses de lujo, los cuales pertenecen a empresas de la región; también el área comercial tienen la responsabilidad de ofertar y realizar las ventas y reservas correspondientes de acuerdo al tipo de plan turístico y a los destinos y temporadas del año, respecto a la publicidad y marketing se realizan principalmente mediante el uso de redes sociales como Facebook, Whatsapp, volantes físicos y digitales y mediante divulgación en empresas de televisión y radio local.

Respecto al área administrativa se encarga de la organización de los aspectos contables, para lo cual se tiene registro detallado de los ingresos y egresos de la Agencia de Viajes de acuerdo con la ejecución de los paquetes turísticos ofertados a los clientes y los pagos a los diferentes proveedores, al igual que el cumplimiento de los requisitos legales establecidos para su funcionamiento; con respecto al tema contable específicamente y los respectivos reportes para pago de impuestos se cuenta con la asesoría externa de un contador por prestación de servicios.



003 para la Empresa VW Tours.

---

#### 4.4. Productos o servicios ofertados

Dentro de los servicios ofertados por la Agencia de Viajes VW Tours están los siguientes:

- Paquetes turísticos nacionales que incluyen transporte terrestre en bus de lujo, hospedaje, alimentación, ingreso a atractivos turísticos, como parques, playas, atracciones mecánicas y acuáticas, además de póliza personal.
- La Agencia de Viajes VW Tours cuenta además con un paquete turístico con destino al Amazonas, para lo cual se cuenta con convenio con la empresa *OnVacation*, este paquete se oferta una vez al año.

La agencia de viajes tiene como cliente objetivo principal, grupos grandes de turistas, como los son instituciones de educación y empresas, para lo cual la empresa ofrece servicios de acompañamiento al cliente con el fin de identificar sus necesidades y poder construir un paquete turístico adaptado a los requerimientos del cliente, de igual forma la empresa brinda planes de financiación y ofrece a los clientes mecanismos de generación de ingresos para ayudar a financiar los costos del paquete turístico. En la Tabla 2 se relacionan los servicios comercializados por la Agencia VW Tours.

Tabla 2. Servicios comercializados por la Agencia VW Tours.

Paquete turístico – Ubicación	Servicios incluidos
Piscilagos – Melgar (Tolima)	Transporte, almuerzo, entrada al parque con derecho a ingreso a todas las atracciones mecánicas y acuáticas, asistencia médica en el parque y póliza personal.
Cali – Buga (Valle del Cauca)	Transporte en bus de lujo, Campoalegre a Cali—Campoalegre, alojamiento dos (2) noches acomodación múltiple, ingreso al museo calima, ingreso a la hacienda paraíso,

003 para la Empresa VW Tours.

Paquete turístico – Ubicación	Servicios incluidos
	ingreso al zoológico, visita a Basílica del señor de los milagros en Buga, visita Cristo Redentor, tours en chiva panorámica, <i>city tours</i> Eco parque del Rio Pance en Cali, paseo en ferri por el lago calima, tres (3) desayunos, un (1) almuerzo, Dos (2) cena, póliza personal de accidente y seguro de viaje.
Santa Marta (Magdalena), Cabo de la Vela, Uribia, Manaure, Riohacha (La Guajira), Ruta del Cacique en Valledupar (Cesar)	Transporte terrestre, hospedaje, alimentación por 6 días, ingreso a parque Tayrona, Playa Blanca, Cabo de la Vela, Uribia, Manaure, Riohacha, Valledupar y finca museo Carrizal, póliza personal de accidente y seguro de viaje.
San Gil, Parque Chicamocha y Bucaramanga (Santander)	Transporte terrestre, hospedaje, alimentación por 3 días, Ingreso al parque y póliza personal de accidente y seguro de viaje.
Costa Atlántica: Cartagena (Bolívar), Santa Marta (Magdalena), Barranquilla (Atlántico) – Medellín (Antioquia)	Transporte terrestre, hospedaje en Cartagena, Santa Marta, Barranquilla y Medellín, alimentación por 6 días, Ingreso al castillo en Cartagena, <i>city tours</i> por ciudad amurallada, ingreso a Playa Blanca en Santa Marta, Ingreso a jardín botánico, planetario y metro cable en Medellín, póliza personal de accidente y seguro de viaje.
Hacienda Nápoles y Guatapé (Antioquia)	Transporte terrestre, hospedaje en 3 días, Ingreso a piedra del Peñol, ingreso al parque Hacienda Nápoles con derecho a ingreso a todas las atracciones mecánicas y acuáticas,

003 para la Empresa VW Tours.

---

Paquete turístico – Ubicación	Servicios incluidos
	póliza personal de accidente y seguro de viaje.

Fuente: Elaboración propia con base en portafolio de servicios Agencia VW Tours (2021).

#### 4.5. Análisis del sector

Según el informe de la CEPAL, identificado como Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe (2021), el impacto en la industria del turismo en toda la región de influencia del caribe será significativo, dado el peso que ofrece el sector del turismo en el desarrollo económico y en el empleo. Siendo Colombia parte de la región, no será ajena de esta problemática. Se reconoce en este documento las cifras que volcarán este sector a una estrategia de promoción, divulgación y competencia, donde se activarán más rápidamente las economías que busquen atraer a sus ofertantes, basados en la sostenibilidad y manejo adecuado de los recursos.

Si se apoya la teoría en la información publicada por el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), los países de influencia en esta región de América Latina verán afectados sus aportes en los PIB respectivos, algunos con reducciones considerables y otros con aumento de este factor por aprovechamiento oportuno de estrategias que permitan mejorar sus costos, productos y beneficios. La realidad es que, según el informe, las pérdidas proyectadas serán valoradas entre el periodo comprendido entre 2020 y febrero de 2023.

A continuación, en la Tabla 3 y Figura 3 se genera un resumen de pérdidas proyectadas en el PIB de cada país en el área de influencia.

003 para la Empresa VW Tours.

Tabla 3. Pérdidas proyectadas en el PIB de cada país.

<b>País</b>	<b>Afectación en PIB</b>
Bahamas	7,60%
Belice	6,50%
República Dominicana	4,00%
Panamá	2,30%
Costa Rica	2,20%
Salvador	1,60%
México	1,20%
Colombia	1,00%
Honduras	0,90%
Perú	0,80%
Guatemala	0,70%
Argentina	0,70%

Fuente: Elaboración propia con base en información de CEPAL (2021).

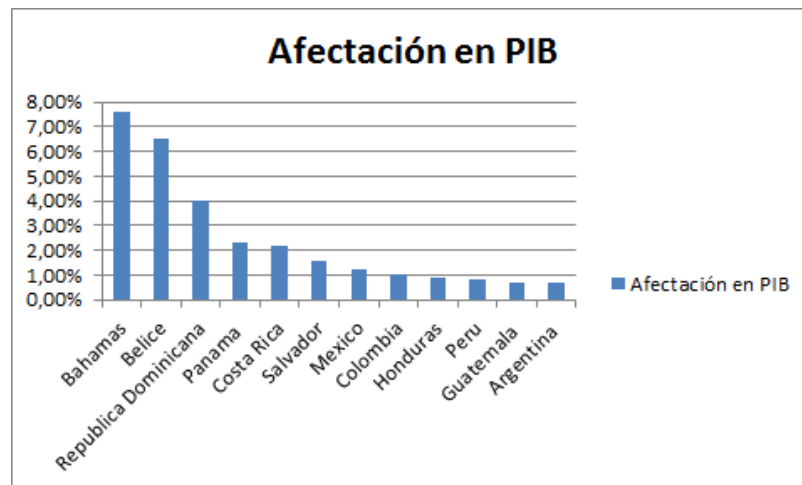


Figura 3. Afectación en el PIB de cada país. Fuente: Elaboración propia con base en información de CEPAL (2021).

## 003 para la Empresa VW Tours.

---

Con base en la anterior información, la empresa VW Tours tendrá la opción de aportar en el crecimiento del PIB local, desarrollando estrategias para prevenir la discriminación y exclusión de las comunidades afectadas por la falta de empleo, tocando de manera directa a dos de los tres requisitos que la norma sectorial recomienda, en un enfoque socio cultural y económico. En este orden de ideas, no se garantiza que la tarea sea fácil. No obstante, será un comportamiento retador para toda la región, cuyos mayores resultados serán visualizados en los países que apuesten en la conservación de la biodiversidad, uso eficiente de recursos, uso sostenible del patrimonio cultural local, entre otros factores contenidos como requisitos en la Norma Técnica Sectorial 003.

Según reportes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el año 2019 el sector turístico tuvo un 2,15% de la participación en el valor agregado nacional del sector turismo (MINCIT, 2020).

De acuerdo con el MINCIT (2020), actualmente debido a la pandemia por COVID 19, el sector turístico se ha visto fuertemente afectado, sin embargo, según el análisis sectorial y de promoción del turismo se indica que las ciudades de Bogotá y Medellín recibieron el mayor número de extranjeros no residentes, respecto a los colombianos que salieron del país en el año 2020 se registró un total de 149.943 evidenciando una fuerte caída del 65,4% respecto al año 2019; respecto al turismo interno entre 2019 y 2020 se evidencia una fuerte caída a partir del segundo trimestre debido a las consecuencias de la pandemia.

Según el MINCIT (2020), respecto a la ocupación de alojamientos en Colombia, según datos del Departamento Nacional de Estadística DANE, se registró un 32,7% de ocupación, evidenciando la fuerte caída y afectaciones para el sector hotelero del país, las regiones que presentaron mayor ocupación fueron San Andrés, Caribe y Eje Cafetero. En general puede observarse un porcentaje de ocupación del 50% en 2019 a un 33% a diciembre de 2020.

Ahora bien, en un escenario actual y proyectado a los efectos negativos post pandemia, según el reporte de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo ANATO (2021), a través de la “Encuesta Tendencias Viajero 2021”, se evidencia la intención de los

003 para la Empresa VW Tours.

---

consumidores de servicios de turísticos hacia el alza, reactivando de manera positiva el sector foco de VW Tours. Si se analizan estas tendencias en varios aspectos relevantes a nuestras iniciativas empresariales, se puede detectar con claridad el papel que ciertas variables entrarían a favorecer nuestros planes de acción. Los factores más relevantes serían: perfil del viajero, intención de su viaje, características de su selección y organización del viaje; elementos clave para entender y adaptarse a las nuevas preferencias y que, para el caso de nuestra organización, serían el foco de nuestra transformación empresarial.

Si bien los servicios prestados antes de la pandemia se orientaban a la presencialidad en oficinas, y donde la concentración correspondía a edades avanzadas por su estabilidad económica, las tendencias de hoy en día muestran la firme intención de reactivación en todas las edades y en la poca afectación económica por pérdida del empleo. Como se demuestra en la segmentación por edades y en la situación laboral vigente (ver Figura 4 y Figura 5, respectivamente), todas las edades buscan reactivar sus intenciones de servicios de forma regular, soportados en sus posibilidades de ingresos ANATO (2021). En la Figura 6 se presenta la preferencia de compra de viaje, donde se evidencia un porcentaje similar entre compra por cuenta propia con un 52% y mediante agencias de viaje con un 48% (32% en puntos de venta físicos y 16% modalidad virtual).

003 para la Empresa VW Tours.

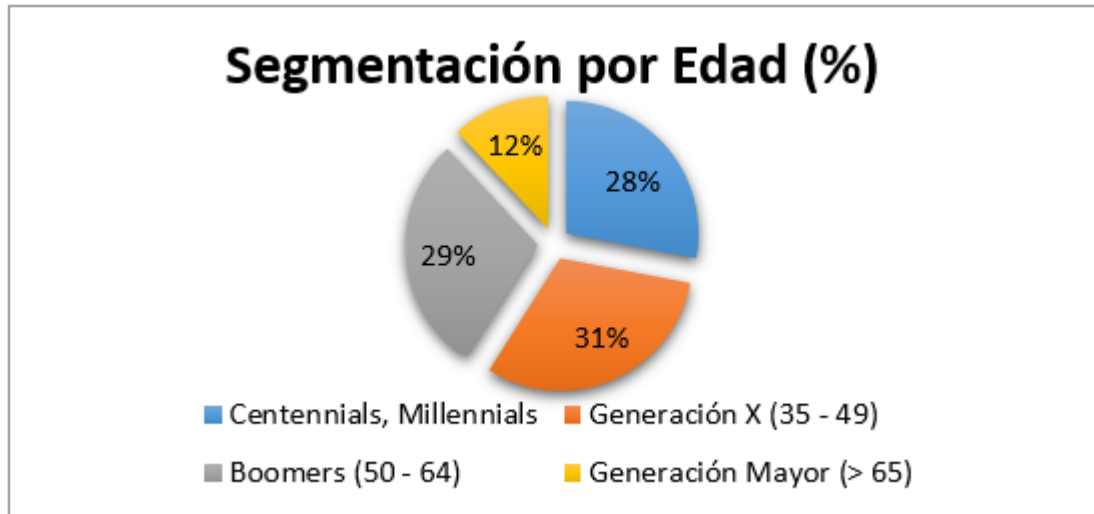


Figura 4. Segmentación por edad. Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021).

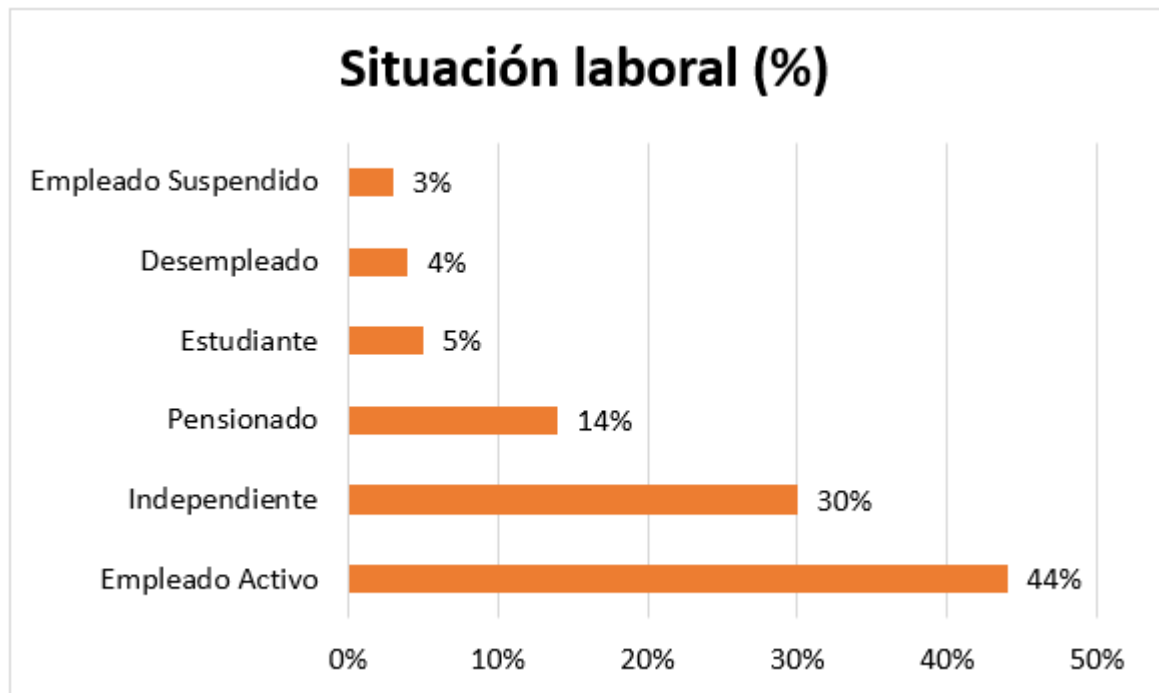


Figura 5. Situación laboral. Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021).

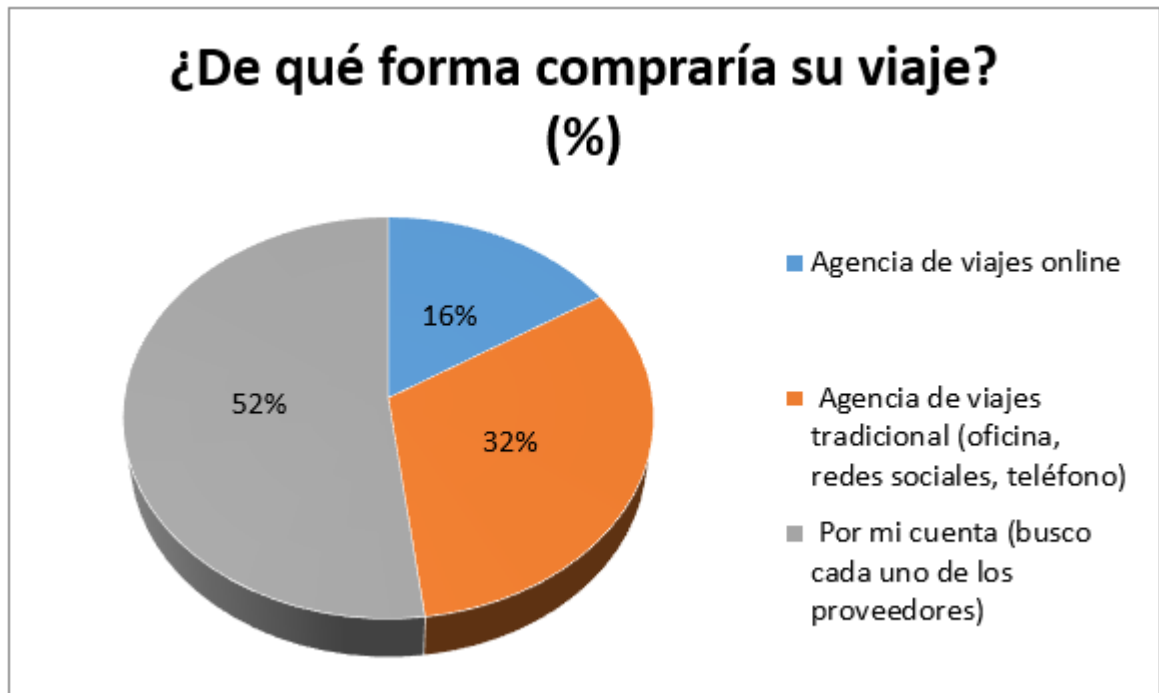


Figura 6. ¿De qué forma compraría su viaje? Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021).

Actualmente, el interés de los consumidores en viajar de forma sostenible sigue creciendo, al tiempo que se están implementando políticas públicas y medidas económicas que buscan mitigar los impactos negativos de la pandemia en la industria turística, lo anterior, según el reporte de PROCOLOMBIA (2020). Este reporte reciente aporta a la estrategia empresarial de VW Tours, especialmente cuando se ratifica que el turismo sostenible está tomando mayor relevancia en las intenciones de servicios turísticos.

El impacto en la gestión de recursos usando experiencias responsables de sostenibilidad de medio ambiente, marca la pauta para la selección de alternativas de servicios tales como Responsible Travel, donde el centro es equilibrar el uso de servicios en temporadas bajas o intermedias, evitando así el efecto de “sobre turismo” presente en algunas regiones que ya ven afectados sus entornos ambientales.



003 para la Empresa VW Tours.

La importancia de liberar nuevos esquemas de prestación de servicios de transporte que no amerite más contaminación y uso irracional de combustibles fósiles, mantendrán viva la esperanza de atraer más usuarios a nuestros servicios, donde el valor del Bio-turismo y el respeto a la vida silvestre, apoyarán y transformaran la balanza de escogencia de destinos turísticos que hoy en día sigue en total desbalance, tal como lo evidencia el mismo reporte de ANATO (2021) y se presenta en la Figura 7.

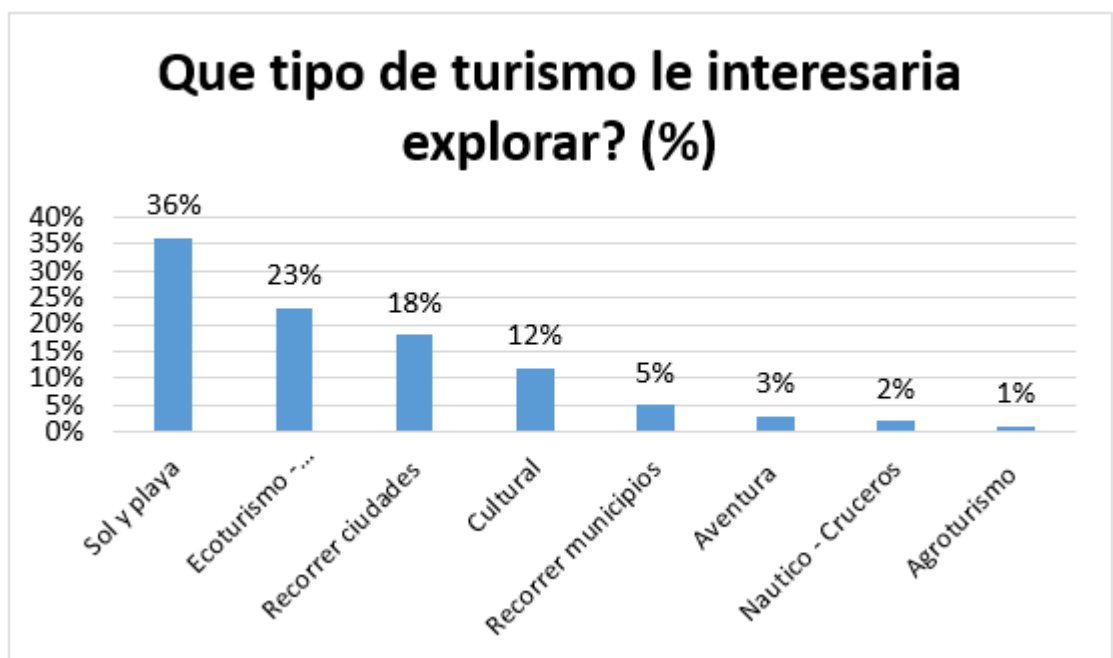


Figura 7. ¿Qué tipo de turismo le interesaría explorar? Fuente: Elaboración propia con base en información de ANATO (2021).

Como complemento de lo anterior, la vinculación en actividades de restauración de escenarios naturales, restituyendo el hábitat de fauna y flora afectada previamente, abrirán espacios no solo de apertura de nuevos destinos, sino que apoyará la intención del desarrollo de otras actividades turísticas que las nuevas generaciones están interesadas en desarrollar.

Finalmente, el panorama se percibe alentador, pensando que en una participación actual del orden del 23%, estableciendo planes a mediano y largo plazo, la empresa puede incrementar su participación en un 9%, sumando líneas de recorridos de municipios poco explorados, fomentando el interés de aventura de los usuarios y uniendo intenciones familiares de agroturismo con fines de mejoramiento de la calidad alimentaria y actividades familiares que orienten al cuidado de la fauna y flora del país.

## **5. Marco de Referencia**

En este apartado se presenta el marco de referencia o marco teórico del anteproyecto, con el propósito de brindar soporte teórico a la investigación y fundamentar el problema de investigación planteado, de acuerdo con los marcos conceptuales propuestos por diversos autores, a fin de conceptualizar las variables de estudio como insumo para la fase de diagnóstico. En este sentido, el marco teórico está estructurado en los siguientes subtemas relevantes para la investigación: Sistema de gestión, Contexto general de la gestión de la sostenibilidad, Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003, Sistema de gestión de sostenibilidad turística bajo la Norma Técnica Sectorial NTS – TS 003, Concepto de calidad, Certificado de Calidad Turística la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003; de los cuales se desprenden variables tales como factores político-legales, económico-ecológicos, socio-culturales y tecnológicos.

### **5.1. Sistema de gestión**

Para comprender el significado de sistema de gestión, es útil relacionar los conceptos de sistema y gestión. Sistema es un concepto antiguo, según Flórez (1987), de acuerdo con la teoría general de sistemas, un sistema hace referencia a un conjunto de elementos que interactúan para conformar una unidad.

López Carrizosa (2008) plantea que la teoría de sistemas estudia las empresas como un sistema abierto que interactúa con el entorno y con otros sistemas, donde la

003 para la Empresa VW Tours.

---

organización está conformada por un conjunto de elementos interrelacionados que, a su vez, componen un todo; esta perspectiva se relaciona con el enfoque de sistema de gestión, que aborda el concepto de organización, que para López Carrizosa (2008) es un conjunto de sistemas constituidos por procesos y que interactúan entre sí.

Por su parte, en el contexto organizacional, como lo afirma Dextre Flores (2012), la gestión permite definir las acciones necesarias para dar solución a un asunto o concretar un proyecto, de acuerdo con lo planeado y los objetivos establecidos.

En este orden de ideas y según Ogalla Segura (2005), la definición de sistema de gestión ampliamente aceptada es la propuesta por la EFQM (European Foundation for Quality Management), la cual consiste en un esquema general de procesos y procedimientos orientado a asegurar que la organización desarrolla las actividades requeridas para el logro de sus objetivos.

Al profundizar en las definiciones de sistema, gestión y sistema de gestión presentadas en los párrafos previos, desde la perspectiva de los sistemas de gestión según las Normas Técnicas Colombianas, que promueven el enfoque de gestión por procesos, a las que se encuentra alineada la Norma Técnica NTS –TS Sectorial Colombiana 003, se identifica que, en la Norma Técnica Colombiana NTC ISO 9000:2015, Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario, ICONTEC (2015) define sistema como un conjunto de elementos relacionados entre sí y, el concepto de gestión, como actividades ordenadas para la dirección y control de una organización.

Según ICONTEC (2015) el sistema de gestión es una agrupación de elementos de una organización interconectados a fin de definir políticas, y objetivos y procesos para alcanzar dichos objetivos.

## **5.2. Contexto de la gestión de la sostenibilidad**

De acuerdo con Pérez Espinoza, Espinoza Carrión, & Peralta Mocha (2016), durante los últimos años, la mayoría de empresas y organizaciones alrededor del mundo han tenido que adaptar poco a poco sus operaciones y actividades a una situación actual de demanda de mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad en general, en donde la búsqueda de un beneficio económico ha tenido que ceder lugar al desarrollo e implementación de nuevos modelos de gerencia orientados hacia la consecución de objetivos en el campo de la responsabilidad social, del cuidado del medio ambiente y la preservación de los recursos naturales, dando paso a un enfoque estratégico cada vez más social y ambiental que involucra un alto grado de compromiso con la sostenibilidad y con los diferentes grupos de interés, transformando el tradicional modelo netamente económico.

Según Rueda Galvis, Herrera Guzmán, & Rueda Galvis (2019), la gerencia sostenible se ha convertido entonces en un modelo que permite establecer opciones de solución a una serie de problemas empresariales que se presentan día a día, entrelazando factores importantes como el crecimiento económico y la responsabilidad social empresarial. Como modelo permite una gestión eficaz, que debe ser adoptado por las empresas para mejorar la productividad y competitividad, y así obtener beneficios en el sentido social y medioambiental.

En este plano económico-productivo, son múltiples las estrategias que se aconsejan para avanzar hacia la consolidación y transición hacia un nuevo modelo sociocultural, considerándose en la gran cumbre mundial sobre desarrollo sostenible (Rio+20) la atención del fomento hacia la economía verde, ONU (2012), que de acuerdo al PNUMA (2012), se puede definir como la economía que “mejora el bienestar del ser humano y la equidad social”, reduciendo significativamente los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas, desde una forma básica que involucra características como: bajas emisiones de carbono y la utilización de los recursos de una forma eficiente y socialmente incluyente, Murga & Novo (2014).

003 para la Empresa VW Tours.

---

En este aspecto, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2018- 2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad” (2019) que se enmarca en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los que apunta el mundo hoy, se contempla el Pacto por la Sostenibilidad, que tiene como lema: producir conservando y conservar produciendo, enmarcado bajo los siguientes objetivos:

- Implementar estrategias e instrumentos económicos para que los sectores productivos sean más sostenibles, innovadores y reduzcan los impactos ambientales, con un enfoque de economía circular.
- Frenar la deforestación y otros crímenes ambientales a partir del control territorial y generar nuevas oportunidades económicas sostenibles a nivel local.
- Promover el conocimiento en la comunidad sobre los riesgos de desastres y el cambio climático para tomar mejores decisiones en el territorio.
- Fortalecer las instituciones ambientales, la investigación y la gestión pública, al tiempo que se propicia el diálogo y la educación ambiental en los territorios.

Con relación a los antecedentes del concepto de desarrollo sostenible y sostenibilidad, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo realizada en 1987 mediante el informe de Brundtland (2018), generó uno de los primeros documentos más relevantes, en éste se dio a conocer la importancia de mantener las condiciones ambientales y sociales para todos, teniendo como base el primer concepto de desarrollo sostenible como aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Artaraz, 2002), acorde con este planteamiento, el desarrollo sostenible y la sostenibilidad buscan integrar tres dimensiones básicas, las cuales son la ecológica, social y económica, que buscan que las diferentes acciones en conjunto con políticas generen un respeto por el ambiente y crecimiento social equitativo.

003 para la Empresa VW Tours.

---

Así mismo, según Morales (2020), la sostenibilidad aplicada al sector empresarial implica tener la capacidad de controlar y mitigar los impactos ambientales, económicos y sociales negativos generados por sus actividades, logrando incorporar un enfoque competitivo de gerencia, bajo un marco del buen funcionamiento del mercado.

Respecto al concepto de sostenibilidad turística, dicho concepto fue acuñado en la “Cumbre de la Tierra” de la Agenda XXI en 1992 y plantea que se deben abarcar las cuatro dimensiones ecológica, económica, social y cultural, así mismo la Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como “aquel que se orienta a “satisfacer las necesidades de los turistas actuales, generando ingresos y bienestar social, garantizando del mismo modo los recursos naturales” (Acero Vargas & Parada Hernández, 2019, pág. 8).

En este punto es pertinente considerar el concepto Gerencia de la Sostenibilidad, el cual se utiliza para hacer referencia a las empresas que crean valor a nivel de estrategias y prácticas para avanzar hacia un mundo más sostenible, ante la nueva realidad que plantea la necesidad de utilizar modelos que permitan redescubrir formas, mucho más conscientes de gestionar no sólo las empresas sino también sus objetivos, estrategias y políticas con el fin de generar compatibilidad, entre la prosperidad de las empresas y la calidad de vida sostenible en el mundo.

De acuerdo con Barcellos (2011), se considera la toma de decisiones desde nuevos ámbitos, mediante el apoyo desde modelos flexibles que permiten el tratamiento híbrido de datos objetivos y estimaciones subjetivas, para realizar previsiones de los comportamientos futuros de empresas, organizaciones y agentes sociales, que permitan ofrecer un rediseño en las relaciones económicas que afectan a todos los entes implicados.

La gerencia sostenible debe incluir entonces modelos de gestión que permitan identificar una forma adecuada de abordar las soluciones actuales a nivel empresarial con el fin de asegurar especialmente la continuidad de las mismas y diagnosticar nuevas problemáticas para no permitir que el aumento de problemas absorban los recursos ya dedicados.

003 para la Empresa VW Tours.

---

De acuerdo con Plasencia, Marrero, Bajo, & Nicado (2018) los principales modelos de gestión que se utilizan para identificar y evaluar la sostenibilidad en las organizaciones involucran estrategias gerenciales de carácter social, ambiental, económico y circular (*cradle to cradle*) que buscan un mejor entendimiento de los componentes de cada modelo, sus ventajas y desventajas, desde una propuesta que valora tres características claves del concepto de sostenibilidad empresarial como lo es su carácter multidimensional, la relación causa-efecto entre los elementos que lo componen y la necesidad de desarrollo en etapas para alcanzarlo.

Para el caso del turismo, según Ayuso (2003), se considera como un sector de servicios que puede asumir el papel de liderazgo en la adopción de estos planteamientos sostenibles desde nuevos modelos de gestión a partir de la presión que se puede generar a sus proveedores para que les suministren bienes y servicios obtenidos, a su vez, de forma sostenible, donde se pueden crear incentivos económicos para proteger recursos que de otro modo carecerían de valor en el mercado, generando trabajo en el destino y exigencia de construcción de infraestructuras que beneficien a residentes y visitantes por igual, ya que se recibe inputs intermedios de casi todos los sectores.

Acorde con el MINCIT (2018), la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha expresado que el turismo tiene un compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, principalmente con tres de ellos en los que tiene mayor incidencia, a saber:

- Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- Objetivo 14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

Vale resaltar que las empresas que buscan incorporar los aspectos de sostenibilidad en sus sistemas de gestión deben incorporar la gestión de los *stakeholders*, lo cual les permite tener objetivos y metas organizacionales más claras y con enfoque en sus partes interesadas, entre las cuales están clientes, empleados, proveedores, reconociendo el interés de cada grupo y buscando la mejora continua en sus diferentes procesos (Cáceres & Salcedo, 2017).

### **5.3. Norma Técnica NTS –TS Sectorial Colombiana 003**

Para abordar la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003, se expone a continuación el concepto de Turismo, los principios del desarrollo turístico, el concepto de agencias de viaje, los impactos del desarrollo del turismo y el marco legal para el desarrollo del turismo en Colombia.

En relación con el concepto de turismo, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) (1998), el turismo puede ser abordado desde diversas aristas, dada la naturaleza de las relaciones entre los elementos que lo componen, de manera que el turismo puede ser abordado como objeto de interés académico, desde el punto de vista de viaje y desplazamiento de las personas, desde la dimensión temporal de la actividad turística y el movimiento de la gente, entre otras.

En este escenario, acorde con Ciobanu (2014), el turismo puede ser definido desde la perspectiva de la sociología y la antropología como actividad social; desde el punto de vista de la geografía como un aspecto territorial espacial, desde una connotación ecológica como un fenómeno de protección ambiental y desde la economía como un generador de ingresos y empleo.

En general, se identifican múltiples definiciones de turismo que engloban las perspectivas mencionadas, entre las que se destaca la definición formulada por la OMT (1998), la cual expresa que el turismo abarca aquellas acciones desarrolladas por las personas en sus viajes y alojamientos en lugares diferentes a su hábitat cotidiano, con



## 003 para la Empresa VW Tours.

---

ocasión de ocio, negocios y otros, durante un tiempo menor a un año; y que formaliza los principales aspectos de la actividad turística gracias a su amplitud y flexibilidad frente al concepto de turismo.

En cuanto a los principios del desarrollo turístico, como parte del desarrollo del sector turístico, de acuerdo con Acero Vargas & Parada Hernández (2019), la OMT promueve los siguientes principios:

- Sostenibilidad ecológica: Busca el desarrollo de actividades turísticas siendo compatibles con la conservación de la biodiversidad y los procesos ecológicos vitales para el mantenimiento de los ecosistemas.
- Sostenibilidad social y cultural: Este principio tiene como objetivo controlar las acciones humanas y sus consecuencias, enfocado en conservar desde la práctica del turismo los valores y la cultura de cada región, conservando la identidad de las comunidades.
- Principio económico: Bajo el cual se busca que la distribución de los recursos sea equitativa para los diferentes actores que están involucrados en las actividades turísticas, además este principio tiene como fin la adecuada inversión generando beneficios para los sectores públicos y privados.

En lo referente al concepto de agencia de viaje, según lo define la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003, siguiendo la línea de ICONTEC (2018), una agencia de viajes es una empresa que debe estar inscrita en el Registro Nacional de Turismo para ejercer actividades turísticas de forma directa o como intermediarios entre los clientes y quienes proveen servicios asociados a la cadena del turismo.

Por su parte, respecto a los impactos del desarrollo del turismo, según lo especifica la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003, de acuerdo al tipo de actividades que desarrolle la Agencia de Viajes se deben identificar los siguientes tipos de impactos:

003 para la Empresa VW Tours.

---

- Impacto ambiental: Según Arboleda (2005) este tipo de impacto puede generar cambios en determinados parámetros ambientales, teniendo en cuenta el periodo de tiempo y magnitud del cambio, siendo generado principalmente por acciones antrópicas.
- Impacto sociocultural: De acuerdo con Gómez Lozano & Marraui Revelo (2019), es el cambio que puede ser ocasionado por las actividades humanas y que puede generar alteraciones en las formas de vida y tradiciones culturales de las comunidades en una región determinada.
- Impacto económico: Siguiendo la línea de Gómez Lozano & Marraui Revelo (2019), es resultado que se da como producto de la ejecución de actividades económicas, las cuáles pueden beneficiar o afectar las condiciones de vida de una comunidad o de un sector específico.

En este orden de ideas, es pertinente tener claridad del marco legal para el desarrollo del turismo en Colombia, donde la estructuración del sistema de sostenibilidad turística debe incluir el cumplimiento de un marco normativo, el cual se describe en la Tabla 4.

Tabla 4. Marco normativo para el desarrollo del turismo en Colombia

<b>Normatividad</b>	<b>Descripción</b>
Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003	Agencias de viajes: Requisitos de sostenibilidad
Ley 300 de 1996	Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
Ley 1558 de 2012	Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones
Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020	Por el cual se modifica la Ley general de Turismo y se dictan otras disposiciones

003 para la Empresa VW Tours.

Normatividad	Descripción
Decreto 557 del 15 de abril de 2020	Por el cual se adoptan medidas transitorias en materia de turismo y registros sanitarios para las micro y pequeñas empresas, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica
Decreto 229 de 2018	Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo
Resolución 1236 de 2017	Por la cual se deroga la Resolución 3160 de 2015 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y se establecen los requisitos para la certificación virtual de Normas Técnicas Sectoriales del Sector Turismo

Fuente: Elaboración propia (2021) con base en información de (MINCIT, 2021).

#### **5.4. Sistema de gestión de sostenibilidad turística bajo la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003**

Según ECODES (2006), la gestión sostenible implica el comportamiento consciente y firme de una determinada organización con el fin de obtener, en la medida de lo posible, a medio y largo plazo, un balance general positivo de sus acciones en los sectores económicos, ambiental y social, tanto desde la perspectiva microeconómica, como del conjunto de la sociedad.

Con base en los conceptos presentados en el numeral 6.1, y teniendo en cuenta la definición de sistema de gestión de las NTC ISO 9001:2015 y NTC ISO 14001:2015, así como el objeto y alcance de la NTS TS 003, adaptada de la NTC-ISO 14001:2004, se puede definir el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística como: Parte del sistema de diseñado a gestionar los aspectos ambientales, socioculturales, económicos y de

## 003 para la Empresa VW Tours.

---

sostenibilidad aplicables a las agencias de viajes. Entre las principales características de un sistema de gestión sostenible se destacan:

- El proceso de mejora continua. De acuerdo con lo establecido por el ICONTEC (2015) en las Normas Técnicas Colombianas, NTC ISO 9000:2015 y NTC ISO 14001:2015, la mejora continua es la acción periódica orientada a mejorar el desempeño, donde, teniendo en cuenta lo descrito por ICONTEC (2015), en la NTC ISO 14001:2015, frente a la mejora continua y acotando el concepto a la Norma Técnica NTS –TS Sectorial Colombiana 003, se puede evidenciar que la mejora del desempeño se relaciona con la implementación del sistema de gestión de sostenibilidad en coherencia con la política de sostenibilidad de la organización.
- Compromiso y liderazgo de la dirección. Se considera un proceso constante e iterativo que permite que una organización desarrolle e implemente su Política de Sostenibilidad con base en el liderazgo y el compromiso de la alta dirección con el sistema de gestión sostenible, en el cual se valida que la puesta en marcha de un Sistema de Gestión de Sostenibilidad implica de un esfuerzo conjunto de la organización que debe integrarse desde sus formas de trabajar y en el cual se requiere del apoyo al máximo nivel.
- Participación y comunicación. Todo el proceso de puesta en marcha del sistema de gestión sostenible debe realizarse de forma participativa y favoreciendo la comunicación con las partes interesadas.
- Transparencia y divulgación pública. Esto se garantiza mediante la publicación del informe de sostenibilidad.
- Cumplimiento de la legislación vigente. Se debe asegurar el cumplimiento de la legislación vigente en los ámbitos de sostenibilidad e ir más allá con la adopción de compromisos voluntarios.

003 para la Empresa VW Tours.

---

Los programas de un Sistema de Gestión de Sostenibilidad deben considerar los siguientes aspectos:

- Entorno Ambiental: disminución de la contaminación; disminución de la producción de residuos; disminución del consumo de energía; sustitución de energía fósil por energías renovables; ahorro y optimización de la gestión del agua: mejora en la gestión de residuos; empleo de productos biodegradables; plantación de árboles como sumideros de CO<sub>2</sub>.
- Entorno Social: realización de actividades de Formación, mejora de las condiciones de seguridad y salud laboral; contribución a programas que fortalezcan factores sociales.
- Entorno Económico: disminución de gastos debido al ahorro y la eficiencia energética; disminución de gastos debido al ahorro y optimización de la gestión del agua; ahorro de costes de producción por optimización del uso de materias primas y recursos naturales; aumento de la productividad gracias a una mayor motivación y formación de trabajadores y trabajadoras.

La implantación de un Sistema de Gestión de Sostenibilidad requiere de los siguientes aspectos y acciones:

- Estructura y responsabilidades. Parte fundamental de la implantación del sistema de gestión sostenible es la definición y documentación de la estructura y responsabilidades que regulan el funcionamiento del sistema de gestión.
- Formación, sensibilización e implicación de los trabajadores: Es prioritario formar y sensibilizar a los empleados de la organización acerca del sistema de gestión, sus objetivos y correcto funcionamiento ya que la actividad de cualquier empleado dentro de la organización tiene unos impactos ambientales, sociales y económicos. Se pueden organizar sesiones de formación para fomentar la concienciación de los trabajadores y colaboradores acerca de los riesgos y aspectos críticos que podrían

003 para la Empresa VW Tours.

---

derivarse de actividades, productos y/o servicios específicos de la organización, y de las consecuencias que podrían surgir en caso de ocasionales desviaciones o accidentes.

- **Comunicación:** El sistema de gestión sostenible debe contemplar mecanismos de comunicación tanto interna como externa que fomenten la implicación y la participación activa de los distintos grupos de interés en la puesta en marcha y seguimiento del sistema de gestión sostenible. Para ello deben de considerarse canales de comunicación específicos, efectivos y eficientes. Se considera un aspecto fundamental en términos de la comunicación efectiva, involucrar a las partes interesadas para la adopción de medidas de mejora del desempeño en sostenibilidad y mostrar los resultados conseguidos, para beneficiar la confianza en la organización y su reputación.
- **Control operacional.** Para que el sistema de gestión de la sostenibilidad sea efectivo, es importante el paso a la acción: donde se regulen las actividades que generan aspectos ambientales, sociales y económicos con el fin de reducir los impactos negativos y potenciar los impactos positivos de la organización. Se debe asimismo identificar y planificar las funciones, actividades y procesos que afectan la sostenibilidad con el objeto de asegurar que dichas actividades se desarrollan en condiciones controladas. Para ello será útil disponer de los procedimientos y documentos necesarios que definan y describan detalladamente las responsabilidades y los pasos a seguir para llevar a cabo las actividades y tareas requeridas.

### **5.5. Concepto de calidad**

Existen diversos enfoques sobre el concepto de calidad, en el contexto de la investigación propuesta es relevante el enfoque de la NTC ISO 9000:2015, donde para el ICONTEC (2015) el termino calidad es el nivel en el que una agrupación de particularidades de un objeto cumple con unos requisitos establecidos.

## 003 para la Empresa VW Tours.

---

A su vez, en la NTC ISO 9000:2015 para ICONTEC (2015), la calidad es un concepto fundamental de los productos y servicios de una organización, que está definida por la competencia de la organización para satisfacer a sus clientes, así como por los efectos, esperados y no esperados, en las partes interesadas.

Según ICONTEC (2015), una empresa encaminada a la calidad debe motivar en todos los niveles de la organización una cultura que redunde en comportamientos, actitudes, actividades y procesos para dar valor agregado a sus productos y servicios, a través del cumplimiento de las necesidades y expectativas de las partes interesadas (o *stakeholders*), considerando su función y desempeño previstos, así como su valor y beneficio percibido por los clientes.

En este contexto y en línea con Sanabria Rangel (2014), la importancia de la calidad como aspecto esencial para la permanencia y el desarrollo de las organizaciones, radica en su naturaleza como elemento dinamizador de los procesos internos, diferenciación con el entorno, adaptación al medio en constante cambio y satisfacción de las expectativas y necesidades los diferentes grupos de interés; por ello la creciente motivación de las organizaciones por avanzar hacia la calidad, en tanto que se constituye en un factor inherente a la perdurabilidad organizativa.

### **5.6. Certificado de Calidad Turística la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003**

De acuerdo con el MINCIT (2018), las Normas Técnicas Sectoriales Colombianas, se fundamentan en el concepto de calidad con enfoque en el ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar), con el propósito de divulgar y evidenciar lo que se hace mediante mecanismos tales como actas, registros, fotografías e indicadores de medición.

Específicamente, en la NTS TS 003 el MINCIT (2018) determina los requisitos ambientales, socioculturales, económicos y de gestión para la sostenibilidad aplicables a las agencias de viajes, con base en los cuales se debe formular e implementar un sistema de gestión para la sostenibilidad que garantice el cumplimiento de los requisitos

003 para la Empresa VW Tours.

---

manteniendo los registros y evidencias correspondientes, con miras a obtener el Certificado de Calidad Turística.

Acorde con lo expuesto por el MINCIT (2021), el proceso de certificación permite a la agencia de viajes disponer a evaluación de un tercero experto su Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística con el propósito de obtener el sello de Calidad Turística Colombiana según la Norma Técnica Sectorial NTS–TS 003.

Entre los beneficios asociados al Certificado de Calidad Turística para una agencia de viajes, acorde con el MINCIT (2021), se destacan la reducción de los costos de operación al optimizar el uso de recursos como el agua, la energía y material impreso; mejora en la calidad del servicio en tanto que la satisfacción de los clientes es un eje de la norma, un reconocimiento positivo por parte de las partes interesadas (o *stakeholders*) y obtener la Marca de Calidad Turística como un diferenciador en el sector turístico, aportando así a la sostenibilidad del sector turismo y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.



## **6. Diseño Metodológico**

Con el diseño metodológico se busca clasificar la investigación y determinar las metodologías requeridas para desarrollar la etapa de diagnóstico, por medio de siete (7) elementos clave que conforman su estructura: tipo de investigación, análisis externo, análisis interno, población, muestra y ficha técnica, identificación de las variables, instrumento de medición y validación del instrumento de medición.

### **6.1. Tipo de investigación**

De acuerdo con los descriptores básicos, el tipo de investigación a desarrollar, según el propósito es aplicada, en tanto que busca dar respuesta a un problema organizacional real en la empresa VW Tours, que consiste en que la organización no cuenta con el Sistema de Sostenibilidad Turística exigido por la normatividad vigente.

Considerando el grado de profundidad, es descriptiva, dado que se cuenta con información con respecto al objetivo definido de diseñar un sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 para la empresa. De acuerdo con las fuentes de datos, la investigación corresponde a un enfoque cualitativo ordinal ya que va a contar con un instrumento de medición de datos que permitirá hacer el análisis interno. Según la inferencia, es de tipo deductivo, donde partiendo de la información general identificada en la literatura, se pretende llegar al caso particular en el diseño del sistema de sostenibilidad turística.

Finalmente, en atención a la temporalidad, la investigación se ajusta al tipo transversal, en la cual se selecciona un intervalo de tiempo determinado, es decir, un momento específico de la empresa VW Tours para realizar un análisis situacional, con base en el cual se pueda proponer un sistema de sostenibilidad turística y un plan de implementación del sistema de sostenibilidad turística diseñado.

003 para la Empresa VW Tours.

---

Para llevar a cabo el análisis situacional de la Agencia de viajes VW Tours, se tendrán en cuenta dos fases de diagnóstico, que incluyen la autoevaluación de los procesos que actualmente lleva a cabo la empresa en el desarrollo de sus actividades económicas frente a los lineamientos y requisitos exigidos por la norma NTS - TS 003, para valorar su estado, a partir de valoración de aspectos de carácter interno y externo para diseñar los respectivos mecanismos y estrategias que permitan la implementación de un sistema de gestión de sostenibilidad turística bajo la norma técnica sectorial NTS – TS 003.

## **6.2. Análisis externo**

Para validar los principales factores que inciden a nivel externo en el desempeño de la empresa VW Tours, se tendrá en cuenta el modelo de análisis PESTEL, que, según Wheelen & Hunger (2013), mediante la valoración de algunos factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, permite a las organizaciones definir su entorno, al prever tendencias en el futuro a corto y mediano plazo, ofreciendo un margen de acción amplio que mejora su capacidad para adaptarse a los cambios que se anticipan. Esta herramienta, ayudará a comprender las dificultades y retos que se pueden presentar en la empresa VW Tours, así como a orientar su dirección y posición.

Teniendo en cuenta la propuesta que ofrece este modelo, se trabajará entonces bajo una estructura adaptada a cuatro cuadrantes con cuatro variables por factor de acuerdo con como se muestra en la Figura 8.

003 para la Empresa VW Tours.

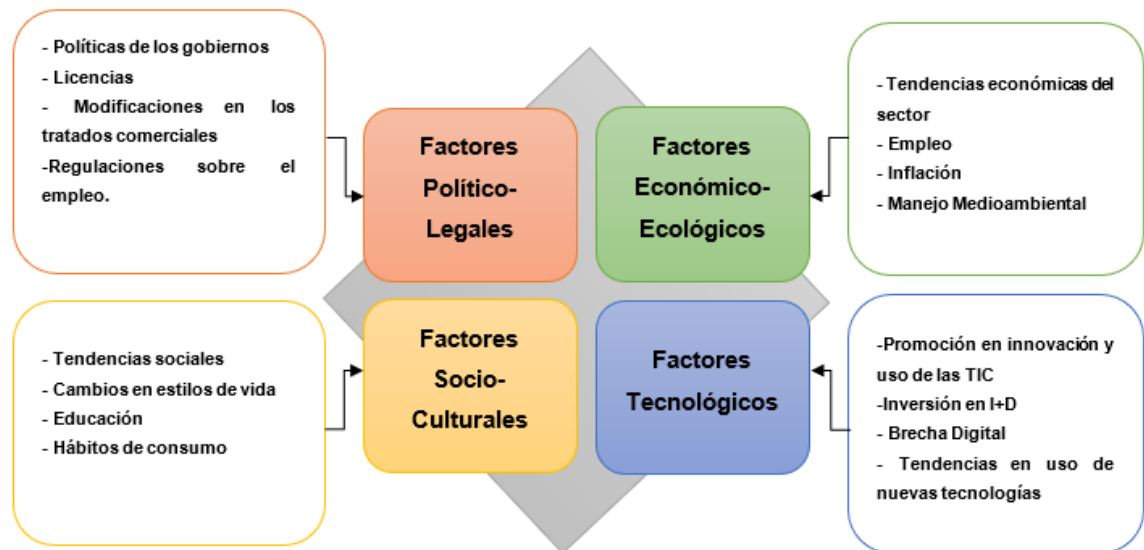


Figura 8. Modelo PESTEL Análisis externo. Fuente: Elaboración propia con base en información de Martin (2017).

- Cuadrante A. Factores Político-legales. En este cuadrante se espera valorar los aspectos gubernamentales y legales que inciden de forma directa en la empresa y sus actividades, así como toda la información sobre licencias, legislación laboral, regulaciones sobre empleo, la estabilidad gubernamental, el sistema de gobierno y los tratados internacionales o la existencia de conflictos internos o con otros países actuales o futuros. De esta manera, el análisis de este cuadrante involucra las siguientes cuatro variables: Políticas de los gobiernos locales y nacionales, Licencias, modificaciones en los tratados comerciales y regulaciones sobre el empleo.
- Cuadrante B. Factores Económico-ecológicos. Respecto al nuevo enfoque de desarrollo sostenible, este factor busca valorar de una forma consciente los factores económicos y ecológicos para favorecer un entorno equilibrado entre ambos, que respete aspectos medio ambientales como la conservación del medio ambiente, la legislación ambiental, el cambio climático, los niveles de reciclaje, la regulación energética y los posibles cambios normativos en esta área. Así mismo, aquí se

003 para la Empresa VW Tours.

---

pretenden analizar los principales datos macroeconómicos, la inflación, la tasa de desempleo, el acceso a los recursos, el nivel de desarrollo y los ciclos económicos, para valorar no solo los escenarios actuales, sino también los futuros a partir de la caracterización y estructura de las variables de: Tendencias económicas del sector, empleo, inflación y manejo medioambiental.

- Cuadrante C. Factores Socioculturales. Los aspectos a tener en cuenta en este cuadrante hacen referencia a la evolución demográfica, la movilidad social y cambios en el estilo de vida; el nivel educativo y otros patrones culturales como la religión, las creencias, los roles de género, los gustos, las modas y los hábitos de consumo de la sociedad. Se considera el análisis de este cuadrante desde la valoración de las principales tendencias sociales que puedan afectar el proyecto de negocio de la agencia de viajes VW Tours como primera variable, los cambios en estilos de vida, educación y los hábitos de consumo.
- Cuadrante D. Factores Tecnológicos. De acuerdo con la importancia de innovar y tener disposición al cambio, en este cuadrante se considera vital que hay que conocer la inversión pública en investigación y la promoción del desarrollo tecnológico, la penetración de la tecnología, el grado de obsolescencia, el nivel de cobertura, la brecha digital, los fondos destinados a I+D, así como las tendencias en el uso de las nuevas tecnologías (Arias & Ayala, 2020). Por esto, se define el estudio de las siguientes variables para valorar los posibles impactos en relación a este factor: Promoción en la innovación y uso de las TIC, inversión en I+D en el sector, brecha digital y tendencias en el uso de nuevas tecnologías.

### **6.3. Análisis interno**

Para realizar el análisis de los principales factores que inciden a nivel interno en la agencia de viajes VW Tours se aplicará una encuesta con escalamiento tipo Likert, este método fue creado por Rensis Likert en 1932, citado por Baptista (2010) en su libro de Metodología de la Investigación, en donde se plantea que para su aplicación se usa un

conjunto de ítems mostrados en forma de afirmaciones, ante los cuales se solicita la calificación de los participantes en cinco categorías de la escala.

Tal como lo plantea el mencionado autor, es importante aclarar que el número de categorías de respuesta debe ser igual para todas las afirmaciones y siempre se debe respetar el mismo orden de presentación de las opciones en todos los ítems, en general puede decirse que una escala Likert se construye con un elevado número de afirmaciones que califiquen al objeto de actitud y se administran a un grupo piloto para obtener las puntuaciones del grupo en cada ítem o frase (Baptista, 2010). La escala Likert que se aplicará en el instrumento es la siguiente: no es importante, poco importante, no sabe, no responde, importante y muy importante.

Para aplicar la encuesta con escala Likert, se tendrá en cuenta aspectos asociados al cumplimiento de los requisitos para la implementación de la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003 por parte de las agencias de viajes, entre dichos requisitos están: la gestión para la sostenibilidad, requisitos ambientales, socioculturales, económicos y de seguridad, el instrumento a aplicar define treinta 30 atributos que buscan analizar el contexto interno de la agencia de viajes respecto a los requisitos de la NTS – TS 003.

#### **6.4. Población, muestra y ficha técnica**

Se define como población de interés para aplicar el instrumento de medición diseñado, los empleados de la microempresa VW Tours, los colaboradores con contrato de prestación de servicios y los proveedores de la agencia, considerando el tamaño de la organización y el aporte que pueden hacer a la investigación, en tanto que, de ellos depende el funcionamiento de la empresa desde el direccionamiento estratégico y la creación de producto hasta la operación, donde se debe tener en cuenta el cumplimiento de la normatividad aplicable y los beneficios que representa la implementación del Sistema de Sostenibilidad Turística bajo la NTS TS 003, que se reflejarán en ventajas competitivas

003 para la Empresa VW Tours.

---

al demostrar su compromiso con la sostenibilidad frente a los usuarios y demás partes interesadas (o *stakeholders*).

Para definir la muestra, teniendo en cuenta que para poblaciones pequeñas la muestra corresponde al total de la población, lo cual es respaldado por autores como Castro Márquez (2003), quien afirma que para poblaciones menores a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra (Castro Márquez, 2003), se considera adecuado aplicar el muestreo por conveniencia, donde de acuerdo con Tamayo (2001), la muestra se selecciona según la conveniencia y accesibilidad de los investigadores (Tamayo, 2001).

En este orden de ideas, la muestra para aplicar el instrumento de medición diseñado corresponde a los dos (2) empleados de la microempresa VW Tours, los cinco (5) colaboradores con contrato de prestación de servicios, los ocho (8) proveedores de la agencia y cinco (5) clientes, para un total de 20 personas relacionadas con el funcionamiento de VW Tours.

Con base en lo descrito, con el fin de validar la muestra, se aplicó la siguiente ecuación estadística para proporciones poblacionales en la página web de la Agencia de Estadística y Mercados - AEM (2021):

$$n = \frac{z^2 (p * q)}{e^2 + \frac{z^2 (p * q)}{N}}$$

Fuente: AEM (2021).

Donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza deseado

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e = Nivel de error dispuesto a cometer o grado de precisión

N = Tamaño de la población

003 para la Empresa VW Tours.

Para un nivel de confianza del 95% y un nivel de error del 5% se validó la muestra de 20 personas relacionadas con el funcionamiento de VW Tours a quienes se aplicará el instrumento de medición. A continuación, en la Tabla 5 se presenta la ficha técnica.

Tabla 5. Ficha técnica

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Periodo de recolección de datos	Agosto de 2021
Ciudad de aplicación	Encuentros virtuales por Microsoft Teams <sup>1</sup>
Cargo de las personas encuestadas	<u>2 empleados:</u> 1 gerente 1 coordinador administrativo <u>5 contratistas:</u> 1 coordinador comercial y de operaciones 1 auxiliar de mercadeo 1 apoyo en guianza turística 1 apoyo social 1 apoyo ambiental <u>7 proveedores:</u> Hotel Ruitoque (2), Hotel La Dulcera, Hotel la Hormiga, Hotel Cabañas del portón, Hotel el Delfín y Empresa de Transporte <u>6 clientes</u>
Población	20
Muestra	20
Nivel de confianza	95%

<sup>1</sup> Debido a la emergencia sanitaria por el virus Sars-Cov-2 que causa la enfermedad Covid-19, atendiendo las medidas de autocuidado y el aislamiento selectivo individual, para evitar el contagio y garantizar la vida y la salud de las personas.

003 para la Empresa VW Tours.

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Nivel de error o grado de precisión	5%
Medio de recolección	Creador de encuestas en línea Microsoft Forms

Fuente: Modificado de Universidad EAN (2021).

## **6.5. Identificación de las variables**

Para realizar la identificación de las variables se describe un análisis interno, el cual tienen en cuenta factores legales, económicos, ecológicos, socioculturales y tecnológicos, de igual forma se analiza el componente interno de la empresa a partir de variables tales como la gestión para la sostenibilidad, política de sostenibilidad, sensibilización y mejora continua, requisitos ambientales y socioculturales.

### **6.5.1. Análisis externo**

Para reconocer los retos y dificultades a los que la empresa VW Tours se puede enfrentar en los próximos años y lograr una orientación de su dirección y posición de forma estratégica, se proponen evaluar dieciséis (16) variables, desde los tópicos Político-legal, Económico-Ecológico, Socio-Cultural y Tecnológico, para consolidar su dirección y posición desde un sistema de gestión de sostenibilidad turística que involucre los criterios que se muestran en la Tabla 6.



003 para la Empresa VW Tours.

Tabla 6. Variables para evaluar dentro del análisis externo.

<b>Variables Factores Político-Legales</b>	<b>Variables Factores Económico Ecológico</b>	<b>Variables Factores Socioculturales</b>	<b>Variables Factores Tecnológicos</b>
Políticas de los gobiernos locales y nacionales	Tendencias económicas del sector turismo	Tendencias sociales del que puedan afectar el proyecto de negocio de la agencia de viajes VW Tours	Promoción en la innovación y uso de las TIC
Licencias	Empleo	Cambios en estilos de vida	Inversión en I+D en el sector
Modificaciones en los tratados comerciales	Inflación	Educación	Brecha digital
Regulaciones sobre el empleo	Manejo medioambiental	Hábitos de consumo	Tendencias en el uso de nuevas tecnologías

Fuente: Elaboración propia (2021).

### 6.5.2. Análisis Interno

Para medir el cumplimiento de los requisitos establecidos en la NTS 003 por parte de la agencia de viajes VW Tours, se tendrán en cuenta un total de seis (06) variables que buscan valorar la gestión para la sostenibilidad, política de sostenibilidad, sensibilización y mejora continua, requisitos ambientales, requisitos socioculturales y requisitos de seguridad, que suman un total de treinta (30) atributos a evaluar, los cuales permitirán realizar el diagnóstico a nivel interno de la compañía, en relación al cumplimiento de las principales acciones que se requieren para establecer un sistema de gestión de la sostenibilidad, tal como se describe a continuación.

003 para la Empresa VW Tours.

---

- Gestión para la sostenibilidad
  - Importancia de la designación de líder del proceso para la gestión de la sostenibilidad
  - Necesidad de definición de responsabilidades en la organización para el cumplimiento de los requisitos la NTS 003
  - Importancia de definición de derechos y deberes de los colaboradores, proveedores y clientes para su compromiso con la sostenibilidad
  - Identificación de la legislación aplicable en los temas turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales
  - Definición de mecanismos para cumplir con la legislación aplicable
  
- Política de Sostenibilidad
  - Definición de política de sostenibilidad turística
  - Identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos
  - Priorización de impactos ambientales, socioculturales y económicos con relación a la política de gestión de la sostenibilidad
  - Disposición de una política propia de sostenibilidad que este difundida al público, colaboradores, proveedores y clientes.
  - Definición de objetivos, actividades y metas del sistema de gestión de sostenibilidad turística
  
- Sensibilización y mejora continua
  - Definición del programa de información y sensibilización para los *stakeholders*
  - Definición de estrategias de capacitación para los *stakeholders*
  - Definición del plan de monitoreo y seguimiento al cumplimiento de la política de sostenibilidad
  - Pertinencia del seguimiento al sistema de sostenibilidad
  
- Requisitos ambientales
  - Prevención del tráfico ilícito de la biodiversidad

003 para la Empresa VW Tours.

---

- Promoción de comportamientos responsables con el entorno natural.
- Ahorro y uso eficiente del agua
- Ahorro y uso eficiente de la energía
- Manejo integral de residuos
- Difusión de los programas de ahorro y uso eficiente del agua, la energía y manejo de los residuos con *stakeholders*
  
- Requisitos Socioculturales
  - Manejo responsable del patrimonio cultural
  - Cumplimiento de la legislación de la explotación sexual comercial
  - Contratación de empleados y proveedores de base local
  - Prevención de prácticas discriminatorias hacia poblaciones vulnerables
  - Promoción de compra y venta de bienes, servicios, artesanías y/o productos de base local para favorecer el desarrollo endógeno.
  - Fortalecimiento de capacidades económicas de las comunidades
  
- Requisitos de Seguridad
  - Identificación de acciones para minimizar los riesgos en las instalaciones de la agencia de viajes VW Tours
  - Identificación de acciones para minimizar los riesgos en la actividad turística
  - Cumplimiento de las normas de seguridad
  - Informe sobre las recomendaciones relacionadas con la seguridad en los destinos turísticos

## 6.6. Instrumento de medición

Para realizar la medición del nivel de cumplimiento de las variables anteriormente descritas, relacionadas con los aspectos internos de la agencia de viajes VW Tours, a partir de la muestra seleccionada, se aplicará un instrumento tipo encuesta con escalamiento Likert, como **Anexo 1** se presenta el formato de la encuesta a aplicar, la cual involucra 30 preguntas estructuradas.

### 6.7. Validación del instrumento de medición

Para la validación del instrumento elegido para realizar el análisis interno de la agencia de viajes VW tours, se cuenta con cinco (5) expertos que tendrán la labor de evaluar la claridad de la redacción, el enfoque conceptual y relación de la pregunta con la variable que se quiere medir, utilizando la prueba de coeficiente V de AIKEN, que da la opción de calificar con 1 si considera que es adecuada la pregunta en relación al aspecto evaluado, o con 0 si considera que no lo es. Esta prueba permite cuantificar la relevancia de los Ítems propuestos dentro de la encuesta respecto al dominio de contenido sobre la gestión de la sostenibilidad en el sector turismo a partir de valoraciones como profesionales expertos en esta área.

Los evaluadores que realizaron la validación el instrumento de medición se presentan en la Tabla 7, indicando nombre, cargo o rol que desempeña e institución a la que pertenece.

Tabla 7. Evaluadores a cargo de la validación del instrumento

<b>Personas a cargo de realizar la validación del instrumento</b>			
<b>Número</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cargo y/o rol que desempeña</b>	<b>Institución</b>
1	Nelson Moreno	Docente y asesor metodológico universitario del nivel de posgrado	Universidad EAN
2	Ángela María Cajas	Ingeniera ambiental consultora- Especialista en sistemas integrados de gestión con enfoque en las normas ISO	SAG S.A.
3	Silvia Cristina Carrera	Líder SENNOVA (Sistema de investigación, innovación y desarrollo tecnológico	SENA
4	Deya Maritza Cortes	Magister en Desarrollo sostenible y medio ambiente/Instructora	SENA
5	Marby Vargas Correa	Profesional en turismo	SENA

003 para la Empresa VW Tours.

---

Fuente: Elaboración propia (2021).

A partir de la validación de las afirmaciones propuestas en el instrumento (encuesta), el coeficiente de V de AIKEN plantea que las preguntas que se valoren con una calificación superior a 0.8 por parte de los expertos, no requieren de ningún tipo de ajuste y/o cambio, y que para el caso de que este puntaje sea menor a 0.8 sí es recomendable realizar ajustes teniendo en cuenta los comentarios o recomendaciones que se dicten para cada caso; sí alguna de las preguntas obtuviese una valoración de 0, debe ser excluida del instrumento.

En este sentido, a partir de la evaluación se tuvieron en cuenta los comentarios generados por los expertos, aclarando que de los cinco expertos, dos valoraron el planteamiento de las preguntas de forma positiva y tres realizaron comentarios y/o sugerencias que incluyeron el ajuste y cambio de las 30 preguntas de interrogación a afirmación para que se alinearan con la escala de Likert propuesta para su valoración de No es importante; Poco importante; No sabe, no responde; Importante y Muy importante.

Acatando la sugerencia dada por el primer evaluador y el cambio del último atributo de la variable de requisitos socioculturales que pretende evaluar qué tan importante es que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para el fortalecimiento de las capacidades de las comunidades de los destinos turísticos donde opera, ya que para la quinta experta se debía aclarar a qué tipo de capacidades se hacía referencia, en lo que el grupo de trabajo coincide y aclara que las capacidades que se desea evaluar a nivel interno son las de carácter económico, realizando el respectivo ajuste en la encuesta.

Por último, se ajustaron los dos primeros atributos de la variable de requisitos de seguridad que valoran la importancia de las acciones en relación a minimizar los peligros a los que se pueden exponer los *stakeholders* en la prestación de los servicios de la agencia, ya que la experta sugiere que se modifique la palabra peligro por riesgo. Se adjunta la ficha de validación como **Anexo 2**.

003 para la Empresa VW Tours.

---

### **6.8. Metodología para proponer el plan de mejora de la intervención empresarial**

Para formular el Sistema de Sostenibilidad Turística Bajo la Norma Técnica Sectorial 003 para la Empresa VW Tours, a partir de los resultados obtenidos en el análisis externo y en el análisis interno se realizará el diagnóstico mediante un análisis situacional respecto al componente de operatividad de la agencia de viajes VW Tours, esto permitirá identificar su estado actual y las posibles oportunidades de mejora para que la empresa tenga una mejor sostenibilidad turística.

La fase de diagnóstico será la base para estructurar un sistema de sostenibilidad turística que se acoja a las necesidades de la empresa VW Tours y tenga en cuenta los requisitos establecidos en la NTS TS 003, este sistema tendrá en cuenta aspectos de gestión de la sostenibilidad, política de sostenibilidad, sensibilización y mejora continua, además de los requisitos ambientales, socioculturales y de seguridad.

Finalmente, con base en el diagnóstico situacional se propondrá el plan de implementación del sistema de sostenibilidad turística diseñado para la agencia de viajes VW Tours.

Lo anterior permitirá a la empresa VW Tours aportar al desarrollo sostenible en el sector turismo, contribuir desde su labor al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y elevar su desempeño en relación con este tipo de desarrollo, propendiendo por un equilibrio de las dimensiones ambiental, social y económica durante la prestación del servicio, de esta manera se espera que la empresa impacte clientes de diferentes segmentos y generaciones, cada día más interesadas en la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible, lo cual se traducirá en el impacto empresarial esperado de alcanzar una mayor cantidad de usuarios, el incremento de las utilidades y la solidez de la empresa en un mercado en crecimiento.

## 7. Diagnóstico Organizacional

El diagnóstico organizacional permitió realizar un análisis situacional del componente operativo de VW Tours, teniendo en cuenta el panorama que atravesó el sector turismo durante la pandemia y su afectación a este sector económico, EL cual se vio reflejado en una disminución en ventas brutas del 70% durante el año 2020 en relación con el año anterior según datos de ANATO (2021) . Afectando aspectos como el empleo y el aporte de este sector al PIB del país; aun así, el año 2021 presenta un panorama diferente para el sector turismo, mostrando grandes oportunidades para que las empresas, como las agencias de viajes puedan retornar a su actividad y recuperarse de la crisis económica que atravesaron y más aun con un reto grande de afrontar las nuevas tendencias del turismo que está generando este perdido Pos pandemia, y las cuales se han hecho tan visibles que el Gobierno a través de Bancóldex genero una estrategia de apoyo y financiación para la reactivación del sector turismo.

La crisis de la pandemia ha significado para la Agencia de Viajes VW tour un alto en el camino forzoso que de una u otra manera le exige a la empresa un crecimiento interno que le permita mejorar su competitividad en el sector, la cual para la empresa tal como lo refleja el análisis interno y externo que se describe a continuación debe partir por el cumplimiento de los requisitos legales para su funcionamiento y también se identifica una gran oportunidad en la certificación de calidad turística, la cual brindaría a la empresa un plus interesante debido a que de las 141 Agencias de Viajes que a octubre del 2021 se encuentran certificadas en Calidad Turística, solo una está ubicada en el departamento del Huila, y está en el municipio de Pitalito a 158 km de la ubicación de la Agencia de Viajes VW Tours. (MINCIT C. , 2021).

El análisis externo e interno que soporta el diagnostico organizacional, se llevó a cabo de acuerdo con la metodología descrita en el numeral 6, de esta manera, como se mencionó en el numeral 6.1 para realizar el análisis situacional de la agencia de viajes VW Tours, se llevaron a cabo dos fases de diagnóstico, que incluyeron la autoevaluación de los procesos actuales de la empresa en el desarrollo de sus actividades frente a los lineamientos y requisitos exigidos por la norma NTS - TS 003 para establecer el sistema

003 para la Empresa VW Tours.

---

de gestión de sostenibilidad turística, a partir de la valoración de aspectos de carácter interno y externo. De acuerdo con lo planteado en los numerales 6.2 y 6.3, el análisis externo se realizó por medio del modelo de análisis PESTEL y para elaborar el análisis interno de la agencia de viajes se aplicó la encuesta con escalamiento tipo Likert presentada en el **Anexo 1**, según la muestra y ficha técnica (ver Tabla 5) definidas en el numeral 6.4.

### **7.1. Procesamiento estadístico de datos**

En este apartado se presentan de manera gráfica los datos recolectados y procesados, teniendo en cuenta el tipo de investigación, que como se describió en el numeral 6.1 es aplicada, descriptiva, con enfoque cualitativo ordinal, de tipo deductivo y transversal.

#### **7.1.1. Análisis externo – Modelo PESTEL**

En la Tabla 8 se presenta el modelo de análisis PESTEL desarrollado para validar los principales factores que inciden a nivel externo en el desempeño de la empresa VW Tours.



003 para la Empresa VW Tours.

Tabla 8. Modelo PESTEL

Cuadrante/Variable	Descripción	Calificación de impacto			Porcentaje de Valoración por impacto
		Alto	Medio	Bajo	Escala de 0 a 100
<b>Político-Legal</b>					
Políticas de los gobiernos locales y nacionales	Política de competitividad, el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.		X		60%
Licencias			X		60%
Modificaciones en los tratados comerciales	Firma del tratado de paz en el año 2016 (Rincón, 2020).		X		60%
Regulaciones sobre el empleo	Política de sostenibilidad		X		60%
<b>Económico-Ecológico</b>					
Tendencias económicas del sector turismo	Por desarrollar un turismo basado en criterios del desarrollo sostenible que apoye no solo iniciativas de tipo económico sino también sociales y ambientales.		X		50%
Empleo			X		50%
Inflación		X			80%
Manejo medioambiental	Afectación del poder adquisitivo de la población colombiana.		X		50%
	Proyección objetivos de desarrollo sostenible.				
<b>Socio-cultural</b>					
Tendencias sociales que puedan afectar el proyecto de negocio de la agencia de viajes VW Tours	Se considera que la generación actual se caracteriza por su competencia digital, gran movilidad y uso de las redes y medios sociales.		X		60%
Cambios en estilos de vida			X		60%
Educación	Oportunidades para el sector desde la capacitación en estrategias para la adaptación		X		50%

003 para la Empresa VW Tours.

Cuadrante/Variable	Descripción	Calificación de impacto			Porcentaje de Valoración por impacto
		Alto	Medio	Bajo	Escala de 0 a 100
Hábitos de consumo	a la nueva situación de crisis por la pandemia y la cooperación a través de sinergia de actores.  Mayor conciencia y hábito de ahorro	X			80%
<b>Tecnológicos</b>					
Promoción en la innovación y uso de las TIC	A partir de la crisis y emergencia generada por la pandemia que generó cambios estructurales en el uso de las tecnologías, se considera que este es y será un aspecto muy relevante para todos los sectores, quienes tendrán que adaptarse y generar estrategias que les permita tener nuevas oportunidades para relacionarse con sus clientes, desde la oferta de las nuevas tecnologías para optimizar la calidad de transferencia de bienes y servicios. Desde la adopción de nuevas estrategias para la resiliencia y adaptación al cambio, la mayoría de las empresas deberán seguir invirtiendo en tecnología para disminuir la brecha digital en la oferta de servicios, la ventaja que se tiene es que los gobiernos locales y nacionales están diseñando nuevas medidas de apoyo y promoción para el fortalecimiento de este aspecto.	X			90%
Inversión en I+D en el sector		X			60%
Brecha digital		X			90%
Tendencias en el uso de nuevas tecnologías		X			90%

Fuente: Elaboración propia (2021).

- **Análisis general**

A partir de los indicadores analizados por cada uno de los cuatro cuadrantes, a continuación, se presenta el panorama general del entorno de la Agencia de Viajes VW Tours, que permite a la empresa conocer los principales factores que pueden incidir en su actuar en el futuro inmediato de acuerdo a la escala de valoración que se generó internamente, en la cual se distribuye la importancia de cada variable en impacto bajo, medio y alto (bajo: rango de 0% a 40%, medio: rango de 40% a 70% y alto: rango de 70% a 100%).

A partir de los resultados observados en la matriz general, las variables que pueden llegar a tener un impacto significativo en la estrategia definida por la organización son: 1) la promoción de la innovación y uso de las TIC, el cierre de la brecha digital y las tendencias en el uso de nuevas tecnologías (valoración de 90%), ya que en la medida en que las personas no tengan acceso a la información y la empresa no tenga participación o visibilidad en el entorno competitivo actual que es el internet, no dará a conocer su portafolio y el público objetivo limitará el acceso a su oferta de servicios. Reconociendo que hoy en día la comercialización de productos y servicios se hace a través de canales digitales preferiblemente, desconocer este aspecto dentro del impacto empresarial sería un gran error, toda vez que la consulta, negociación, adquisición, pago y valoración de estos servicios se trabaja a través de este medio que involucra los factores tecnológicos como recursos estratégicos.

En cuanto a los aspectos económicos, se logró determinar que la variable de la inflación, con una valoración del 80%, al aumentarse puede generar efectos negativos en la estrategia, ya que reduce el poder adquisitivo de las personas, convirtiendo este rubro en un baja prioridad a nivel familiar, desestimando el interés del turismo frente a otros gastos; lo cual se relaciona directamente con los hábitos de consumo, que como variable tiene una puntuación de 80%, en razón a los cambios en conciencia y hábito del ahorro que posterior a la pandemia son más notorios en todas los niveles socioculturales.

003 para la Empresa VW Tours.

---

- **Cuadrante A. Factores Político-Legales**

En Colombia se adelantan múltiples estrategias que se espera logren mejorar la competitividad del país implementando el trabajo mancomunado con la comunidad del sector turístico para fortalecer su sostenibilidad y le permitan posicionar a Colombia como un destino turístico de preferencia mundial. Al ser considerado como uno de los países que cuenta con mayor diversidad en América Latina, cuenta con un alto potencial para la realización de toda clase de turismo a lo largo del territorio nacional favoreciendo la inclusión e implementación de políticas de desarrollo sostenible que ayuden a la preservación de sus recursos. Con la firma del tratado de paz se ha permitido visitar zonas que antes eran poco transitadas y conocidas, logrando percibir que, con la firma de esta, el apalancamiento de este sector puede aportar grandes beneficios para su desarrollo y reconocimiento.

Colombia ha ido implementando planes de desarrollo que le permiten mejorar cada una de sus políticas públicas, fortaleciendo lazos para entrar a competir y lograr posicionar su territorio como destino turístico cada vez más preferido por los extranjeros en América Latina. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha creado diferentes políticas orientadas a la seguridad, la calidad y la legalidad y todo este proceso lo ha llevado con la colaboración de instituciones como Fontur y ProColombia, que juegan un papel muy importante en el apoyo a ciudadanos y empresas del sector. A través de la vinculación y relacionamiento con estas entidades e instituciones se podrá potencializar la estrategia definida por la organización.

En este sentido, a nivel normativo en el país existen distintas leyes, decretos y resoluciones que le permiten a las agencias de viajes ejecutar sus operaciones desde el marco legal, tal como se puede evidenciar en el **Anexo 3**.

- **Cuadrante B. Factores Económico-Ecológicos**

La ley de financiación colombiana del año 2019 considera que a nivel económico trajo consigo muchos beneficios tributarios para este sector en Colombia, ya que inició a

003 para la Empresa VW Tours.

---

fomentar la inversión de capital para la creación de empresas que promuevan el turismo y sus actividades derivadas a este, donde a través de incentivos se apoya a las empresas del sector para fortalecer los servicios buscando que estos destinos se conviertan en sitios apetecidos por los turistas tanto nacionales como internacionales. Dentro de los principales aspectos a mejorar están: la sostenibilidad, innovación, exclusividad (marca país), protección de zonas ecoturísticas, entre otros, apoyando la consecución de los ODS.

Ahora bien, considerando los índices de inflación que viene manejando el país durante los últimos años, esta variable puede llegar a limitar el interés de las personas objetivo de destinar recursos para temas turísticos frente al cubrimiento de sus necesidades primordiales; en este aspecto afectara negativamente la estrategia a desarrollar por la compañía, toda vez que cualquier grupo familiar dará prioridad a gastos prioritarios frente a un gasto turístico que es considerado como una segunda o tercera prioridad .

- **Cuadrante C. Factores Socio-Culturales**

En relación a los aspectos de tipo sociocultural, se considera que si bien, en Colombia se ha realizado mejoras en el sector ecoturístico, aún faltan varios detalles que se deben perfeccionar frente a la misma calidad del servicio que ofrecen otros competidores (países). Es importante, por ejemplo, educar a su población para que esté capacitada, trabaje articuladamente y ayude comunitariamente en la conservación de su entorno, generando un contexto que demanda del establecimiento y creación de sinergias con las empresas ecoturísticas de las zonas, así como con los planes de Gobierno. En cuanto a infraestructura, es un reto para el país trabajar en el mejoramiento de la red vial, así como en la innovación y diseño de nuevo hoteles y tipos de hospedaje para que los visitantes tengan más opciones de alojamiento, ya que en la actualidad existen marcadas tendencias por la realización de prácticas recreativas y turísticas ligadas a los recursos naturales.

003 para la Empresa VW Tours.

---

- **Cuadrante D. Factores Tecnológicos**

Durante los últimos años el Internet ha sido la tecnología que mayor impacto ha tenido en las empresas y desde la década de los años 90 se ha convertido en una necesidad, cambiando la forma de competir de las empresas, en donde se impone un nuevo paradigma que, para el caso del turismo, que en su mayoría son servicios, hace que la innovación se convierta en un factor diferenciador del mercado, ya que la adopción de las TIC, ha tenido una alta aceptación en todas las etapas del ciclo turístico. La importancia del uso de las plataformas digitales y redes sociales en las compañías de este sector, les permite a las empresas ampliar su visibilidad online, mejorar el servicio, captar y fidelizar a los clientes potenciales y ser más competitivos frente al mercado.

Así mismo, las plataformas ofrecen una herramienta de seguimiento y análisis, lo cual facilitará a las agencias de viajes analizar su influencia en las redes sociales, el alcance de su contenido y al público que atrae, dando paso a crear estrategias de marketing para futuras campañas publicitarias y reducir costos a través de la cooperación local, regional y nacional.

### **7.1.2. Análisis interno – Encuesta con escala Likert**

De acuerdo con las preguntas o atributos planteados en la encuesta y luego de validar el instrumento, éste se aplicó a la muestra de 20 personas relacionadas con el funcionamiento de VW Tours según la ficha técnica (ver Tabla 5).

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta agrupados en tablas de frecuencias. En el **Anexo 4** se muestra la frecuencia absoluta para cada atributo, es decir el número de veces que fue seleccionado un valor de la escala por los encuestados; en el **Anexo 5** se relaciona la frecuencia relativa en porcentaje para cada atributo, que corresponde a la razón entre la frecuencia absoluta y el número total de datos (20), mostrando la representatividad de cada valor de la escala; y en la Figura 9 puede observarse de manera gráfica los resultados de la encuesta según la frecuencia relativa porcentual para cada atributo de la encuesta.

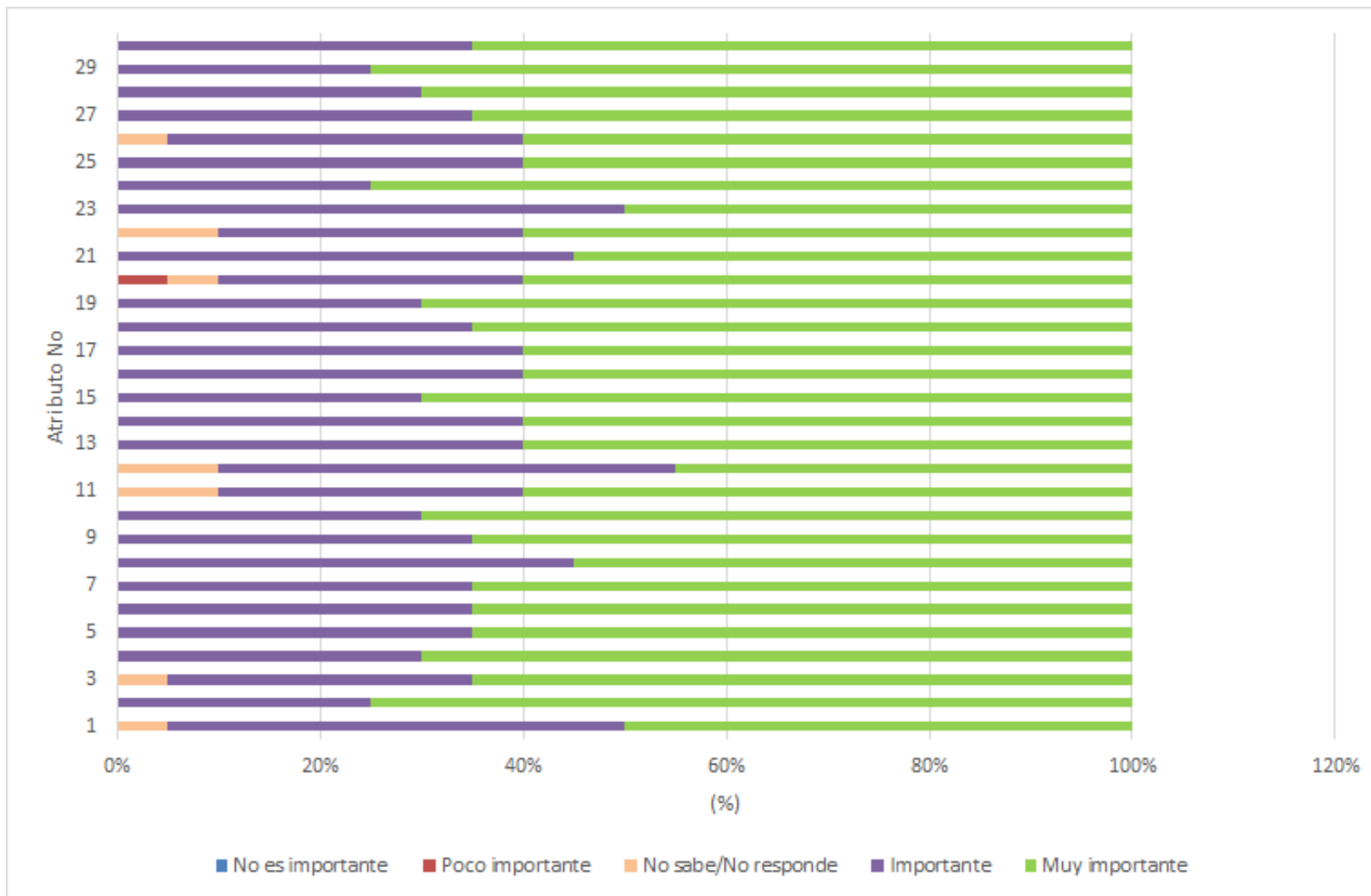


Figura 9. Resultados encuesta escala Likert según la frecuencia relativa porcentual. Fuente: Elaboración propia (2021).

## **7.2. Análisis de los resultados**

Los resultados obtenidos son coherentes con la pregunta de investigación, con los objetivos general y específicos planteados. La identificación de oportunidad o brechas de mejora están relacionadas con el establecimiento de la política de sostenibilidad para VW Tours y la estructuración e implementación del sistema de sostenibilidad turística, considerando todas las partes interesadas (*stakeholders*) que harán parte activa de la formulación y posterior implementación del sistema.

Es importante establecer como oportunidad de mejora la incorporación del sistema de sostenibilidad en todas las áreas de la agencia de viajes VW Tours, ya que la situación actual indica que este tipo de empresas del sector turístico cada vez adquieren más clientes, ya que dada la situación generada por la pandemia por el virus Sars-Cov-2 que causa la enfermedad Covid-19, hoy día se busca disfrutar con mayor frecuencia de experiencias turísticas amigables con el medio ambiente, en entornos naturales al aire libre, que brinden descanso y tranquilidad, por lo tanto se debe trabajar en aspectos de divulgación y apropiación del sistema teniendo en cuenta las fortalezas tales como poder brindar alternativas de acceso a los paquetes turísticos a bajo costo y con calidad, garantizando la satisfacción de los clientes.

### **7.2.1. Situación actual**

El estado actual de la agencia de viajes WV Tours en relación con la sostenibilidad turística de acuerdo con los resultados del análisis externo, resalta la importancia de los aspectos tecnológicos en el modelo de negocio para atraer a sus clientes potenciales, ya que en la actualidad existe una tendencia marcada hacia las nuevas tecnologías de información, dando lugar a una combinación entre tecnología y turismo, en donde se genera un nuevo contexto en el que las redes sociales, las aplicaciones, los blogs y otros recursos, tienen un papel importante a la hora de planificar los viajes desde un enfoque sostenible. En atención a esta nueva tendencia se identifica la necesidad de la creación



## 003 para la Empresa VW Tours.

---

de una página web, para la agencia de viajes que le permita mejorar los canales de comunicación con sus clientes potenciales y proveedores de servicios.

Para el caso de las tendencias socioculturales, que se enmarcan a partir de la pandemia, se considera que el cambio irá mucho más allá de la mejora en procesos o mejora de las experiencias de los turistas, ya que dentro de los actuales hábitos de consumo en donde existe un protagonismo hacia la cultura del ahorro, la transformación de este sector debe basarse en la mejora del servicio en relación con los clientes y la creación de nuevos modelos de negocio en donde se permita simplificar y enriquecer la experiencia de viaje de acuerdo a las necesidades de cada cliente específico, permitiendo la personalización de los servicios según intereses propios.

Con relación al análisis interno, es evidente para los empleados, colaboradores por prestación de servicios, proveedores y clientes encuestados, que La empresa VW Tours no cuenta con el sistema de gestión de sostenibilidad turística, pues tal como se muestra en los resultados del numeral 7.1, para los atributos asociados a los requisitos del sistema de gestión de sostenibilidad turística según la NTS TS 003, los valores o categorías de la escala Likert con mayor selección fueron “4. importante” y “5. muy importante” dar cumplimiento a dichos requisitos.

De esta manera, la opinión de los encuestados refleja la necesidad de estructurar para la agencia de viajes VW Tours un sistema de sostenibilidad enmarcado en las variables: gestión para la sostenibilidad, política de sostenibilidad, sensibilización y mejora continua, requisitos ambientales, requisitos socioculturales y requisitos de seguridad, las cuales involucran aspectos económicos, ambientales, culturales, legales y laborales; donde es importante tener en cuenta las partes interesadas (o *stakeholders*), priorizando la formación y sensibilización del personal de la agencia, proveedores y clientes, como una mayor garantía de éxito a la hora de formular e implementar el sistema de gestión de sostenibilidad turística.

Teniendo en cuenta lo anterior y considerando la situación actual y necesidades de la empresa VW Tours, entre las que se destacan: la adopción de nuevas tecnologías como

003 para la Empresa VW Tours.

---

la creación de una página web propia, que permita a los clientes la independencia en la escogencia de servicios, la optimización de los canales de comunicación, el relacionamiento a través de redes sociales; así como la educación, formación y sensibilización de las partes interesadas para la creación de sinergias, de manera que se dé una participación activa de los stakeholders en la implementación y mantenimiento del sistema de gestión de sostenibilidad turística para cumplir con los requisitos establecidos en la NTS TS 003 y la normatividad aplicable.

### **7.2.2. Fortalezas**

Se resalta que la agencia de viajes VW Tours cuenta con el compromiso de la dirección para asegurar la implementación y mantenimiento del sistema de gestión de sostenibilidad turística; además, la empresa cuenta con el compromiso de sus empleados y colaboradores con contrato de prestación de servicios respecto a la adopción del sistema de gestión como parte de su labor.

De igual forma, como fortaleza para la agencia de viajes VW Tours está la capacidad de vincular personal idóneo y capacitado una vez se cuente con el sistema de sostenibilidad, de esta forma durante su implementación será posible tener una adecuada gestión en los aspectos ambientales, sociales, económicos y culturales asociados al sector turístico.

Adicionalmente, como se expresó en el numeral 3, de acuerdo con las tendencias económicas del sector turismo, se evidencia un continuo crecimiento y consolidación como uno de los sectores económicos de mayor relevancia y expansión a nivel nacional y mundial, constituyéndose en una fortaleza para el crecimiento de la actual microempresa VW Tours que como fortaleza cuenta con la posibilidad brindar a sus clientes alternativas de acceso a paquetes turísticos a bajo costo y con calidad, garantizando la satisfacción de los clientes.

003 para la Empresa VW Tours.

---

Sumado a lo anterior, dado que la agencia de viajes VW Tours está catalogada como una microempresa y que la cantidad de empleados y proveedores implica poca población, también se tiene la fortaleza actual de poder tener mayor contacto con las partes interesadas, lo cual permitió recibir de primera mano su percepción de la empresa y su situación actual en relación la legislación aplicable a la agencia de viajes VW Tours en los temas turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales, de tal manera que sea posible tenerla en cuenta en la formulación del sistema de gestión de sostenibilidad turística.

### **7.2.3. Oportunidades de mejora**

En cuanto a las oportunidades de mejora frente a la sostenibilidad, el diseño de un sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 para la agencia de viajes VW Tours, le permitirá dar cumplimiento a este requisito legal, mejorar su desempeño en relación con el desarrollo sostenible equilibrando las dimensiones ambiental, social y económica durante sus operaciones y con ello prestar un servicio de mejor calidad bajo el actual concepto de turismo sostenible y los lineamientos de la NTS TS 003.

Por ello, se establece como oportunidad de mejora la incorporación del sistema de sostenibilidad en todas las áreas de la agencia de viajes, ya que la situación actual indica que este tipo de empresas del sector turístico se amplían en segmentos y cantidad de clientes al abrir nuevos esquemas de servicio turístico como respuesta al posicionamiento, en el país y el mundo, de la preferencia por el disfrute con mayor frecuencia de experiencias turísticas respetuosas con el medio ambiente, en entornos naturales al aire libre, que brinden descanso y tranquilidad.

Adicionalmente, dado que la agencia de viajes VW Tours es una empresa que requiere una cantidad limitada de empleados y contratistas para su funcionamiento, es posible fortalecer las capacitaciones necesarias para la implementación del sistema de gestión de manera constante, lo que se constituye en una oportunidad de mejora para la agencia de viajes.

## 003 para la Empresa VW Tours.

---

Como oportunidad de mejora, la empresa también cuenta con el potencial para incrementar sus servicios y ampliar su capacidad, dado el crecimiento del sector turístico a nivel nacional. En este sentido, la agencia de viajes teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, que reflejan la importancia de incorporar e implementar el sistema de gestión de sostenibilidad turística, puede mejorar sus procesos a través de la certificación de la norma técnica sectorial NTS TS 003, lo cual a su vez le puede ofrecer la oportunidad de tener mayor cantidad de aliados, comprometidos con la sostenibilidad, que contribuyan a mejorar la calidad de sus servicios para todas las partes interesadas.

Al divulgar a sus partes interesadas (o *stakeholders*) el sistema de gestión de sostenibilidad turística, VW Tours puede alcanzar mayor protagonismo en el sector turístico a nivel regional y nacional, lo anterior se traducirá en un reconocimiento positivo de las partes interesadas frente al compromiso de VW Tours con la sostenibilidad, como una ventaja competitiva que le permitirá ampliar su alcance hacia aliados estratégicos como grandes proveedores comprometidos con la sostenibilidad y diferentes segmentos de clientes, con la posibilidad de captar y fidelizar usuarios de las actuales generaciones cada vez más interesadas en el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad, lo que puede mejorar la calidad del servicio, incrementar la cantidad de usuarios de la agencia, aumentar sus utilidades e impulsar el crecimiento de VW Tours en un mercado en expansión.

En relación con las tendencias que marcan hoy en día los retos para el sector del turismo tanto a nivel nacional como internacional, según diferentes estudios de la OMT Organización Mundial del Turismo, PROCOLOMBIA; ANATO, y otras instituciones, y, de acuerdo a los resultados encontrados a partir del análisis externo, desde la aplicación del modelo PESTEL que analiza las principales fuerzas que pueden incidir en la actuación de las agencias de viaje; se considera como oportunidad de mejora, la incorporación de algunas tecnologías que vienen marcando el paso del turismo en la actualidad por los beneficios que ofrecen para el relacionamiento con los clientes en el corto y mediano plazo, dentro de las cuales se pueden encontrar: el uso de la tecnología móvil que con la potencialización del internet permite tener la base para adquirir servicios cada vez más demandantes, el internet de las cosas que permite la transformación en la personalización

003 para la Empresa VW Tours.

---

de experiencias, la realidad aumentada que promueve una visión digital de los ambientes, lugares y experiencias y el Big data que por su parte podría favorecer la segmentación para determinar los intereses en servicios.

para la Empresa VW Tours.

---

## **8. Plan de Intervención: Propuesta del Sistema de Gestión para la Sostenibilidad Turística bajo la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003 para la Agencia de Viajes VW Tours y plan de implementación**

Dando respuesta a las siguientes necesidades identificadas en el diagnóstico organizacional:

- Estructurar un sistema de sostenibilidad enmarcado en las variables: gestión para la sostenibilidad, política de sostenibilidad, sensibilización y mejora continua, requisitos ambientales, requisitos socioculturales y requisitos de seguridad, las cuales involucran aspectos económicos, ambientales, culturales, legales y laborales.
- La educación, formación y sensibilización de las partes interesadas para la creación de sinergias, de manera que se dé una participación de los *stakeholders* en la implementación y mantenimiento del sistema de gestión de sostenibilidad turística para cumplir con los requisitos establecidos en la NTS TS 003 y la normatividad aplicable.
- Elaboración de contenidos digitales que permitan a la empresa dar conocer su oferta de servicios y su compromiso con la política de sostenibilidad y los requisitos de la norma.
- Creación de una página web propia, que incluya una administración efectiva con actualización permanente y la divulgación del material y campañas publicitarias, que permita una interacción entre el público objetivo y la empresa.

Y con base en los resultados del diagnóstico organizacional, los lineamientos establecidos por ICONTEC (2018) en la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003 y las recomendaciones del MINCIT (2021) en la Guía para la implementación de la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003, se formuló el Sistema de Gestión para la Sostenibilidad Turística para la Agencia de Viajes VW Tours, acorde con la misión y visión de la empresa.

para la Empresa VW Tours.

---

En los siguientes numerales se presenta el sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 diseñado para VW Tours, específicamente en el numeral 8.1 se identifican los requisitos legales, en el 8.2 se abarcan las variables de la gestión para la sostenibilidad incluyendo la política de sostenibilidad, documentación, sensibilización y mejora continua, en el 8.3 se da cumplimiento a los requisitos ambientales por medio de los programas definidos por la norma NTS TS, en el 8.4 se presentan los programas asociados a los requisitos socioculturales, en el 8.5 se formulan los programas para el cumplimiento de los requisitos económicos y en el 8.6 los programas relacionados con los requisitos de seguridad.

Es importante aclarar que la creación de la página web, se establece en el programa de manejo de material publicitario, presentado en el numeral 8.3.5. Las acciones orientadas a la educación, formación y sensibilización de las partes interesadas, así como la elaboración de contenidos digitales se contempló de forma transversal en cada uno de los programas de gestión para la sostenibilidad.

Por su parte, el plan de implementación y el presupuesto se presentan en los numerales 9 y el 9.2, respectivamente.

Teniendo en cuenta las necesidades identificadas y las estrategias planteadas para dar respuesta a las mismas, con el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística la agencia de viajes VW Tours, puede lograr por un lado dar cumplimiento a los requisitos legales y aumentar su competitividad en el mercado al alinearse con aliados estratégicos con interés en el adecuado desempeño en materia de sostenibilidad, obtener la certificación de calidad turística y aportar desde su labor en el alcance de los objetivos de desarrollo sostenible, elevando su desempeño como empresa ambiental y socialmente responsable.

### **8.1. Requisitos legales**

Para dar cumplimiento a la legislación que le es aplicable a la Agencia de Viajes VW Tours en los aspectos turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales, se identificaron las

para la Empresa VW Tours.

---

principales normas y se establecieron mecanismos que le faciliten a la agencia de viajes identificar de manera oportuna los cambios que se puedan generar en relación a dicha legislación. Así mismo, para realizar el seguimiento al cumplimiento de la legislación, la Agencia de Viajes VW Tours implementará una estrategia que le permita de forma periódica revisar y validar el cumplimiento de dicha legislación y realizar las respectivas denuncias y/o irregularidades en los casos en que haya lugar. En el Anexo 5 se detalla la legislación asociada al funcionamiento y regulación de las operaciones de la Agencia de Viajes, listado que se complementó del que se había identificado durante la fase de diagnóstico en la metodología de PESTEL cuando se analizaron los factores externos que podrían incidir en el funcionamiento de la agencia de viajes de forma positiva y/o negativa de acuerdo a las tendencias de la industria.

Para asegurar la organización de la metodología para la identificación y actualización de los requisitos legales aplicables a la Agencia de Viajes VW Tours, se establece un procedimiento que garantiza que la información se mantenga actualizada el cual se adjunta al presente documento como Anexo 6. Y, Respecto al cumplimiento de dichos requisitos legales por parte de la Agencia de Viajes VW Tours, la gerencia general estableció que se necesitará de la realización de verificaciones de cada disposición planteada en estos; por lo que se establece una lista de chequeo de acuerdo a la propuesta que se presenta en el Anexo 7, que define mecanismos y plazos para que cada 12 meses el equipo administrativo verifique que la agencia este cumpliendo las leyes vigentes respecto a la actualización de su Registro Mercantil, Registro Nacional de Turismo (RNT), contribución parafiscal y RUT.

## **8.2. Sistema de gestión para la sostenibilidad**

Para garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la NTS TS 003, manteniendo los documentos y evidencias que esta exige, la agencia de viajes VW Tours estableció un sistema de gestión para la sostenibilidad, dando cumplimiento a los elementos que dicha norma propone que involucran compromiso con los aspectos ambientales, socioculturales y económicos que se generen a partir de la prestación de las actividades, productos y/o servicios que se ofertan



para la Empresa VW Tours.

---

desde su operación. La política está documentada con base en el diagnóstico realizado y se fundamenta desde objetivos y metas cuantificables, alcanzables y medibles que serán revisadas periódicamente por parte del líder de sostenibilidad y que se divulgarán a sus diferentes *stakeholders*.

### **8.2.1. Política de sostenibilidad**

La definición de la Política para la Agencia de Viajes VW Tours se implementó a partir de su compromiso con los aspectos ambientales, socioculturales y económicos generados a partir de la prestación de sus servicios, esta política se dispondrá al público en general. Política de turismo sostenible en idioma Español e Inglés, como se puede evidenciar en los Anexos 8 y 9.

### **8.2.2. Programas de gestión para la sostenibilidad**

Para dar cumplimiento a la gestión de la sostenibilidad dentro de la Agencia de Viajes VW Tours, se identificaron los impactos significativos que generan las actividades propias de su objeto social para determinar las prioridades de actuación a partir de consideraciones ambientales, socioculturales y económicas, con base en la priorización que se muestra en el Anexo 10. A partir de lo evaluado, se define un programa para minimizar los impactos negativos y optimizar los positivos.

### **8.2.3. Monitoreo y seguimiento**

La agencia de viajes VW Tours en su ejercicio, establece un procedimiento para realizar el monitoreo y el seguimiento de los programas de gestión para la sostenibilidad, así como los objetivos y metas planteados para el cumplimiento de la política tal como se muestra en el Anexo 11. Como sustento del monitoreo y seguimiento se tendrá en cuenta los formatos de registros y formatos de procedimientos del sistema, que para el primer caso consolidan los documentos en los que se registra, de forma organizada, la información necesaria para la gestión eficaz de cada uno de los programas, acciones u objetivos para el cumplimiento de la política de turismo sostenible de la agencia de viajes, y, para el segundo, los documentos en los que se hace una descripción

para la Empresa VW Tours.

---

sistemática de las actividades plasmadas en los objetivos de la política de sostenibilidad de la agencia de viajes.

#### **8.2.4. Gestión de proveedores**

Para realizar una gestión de proveedores que favorezca la sostenibilidad de la Agencia de Viajes VW Tours, se identificaron los bienes y servicios que adquiere la Agencia para la prestación de su servicio, para lo que se tuvo que clasificar su impacto, analizando cuáles de ellos tienen mayor afectación sobre dicha sostenibilidad, para que se puedan establecer criterios de compra que incluyan consideraciones ambientales, socioculturales y económicas, de acuerdo con la disponibilidad del mercado. Desde la gerencia de la Agencia de Viajes se dará prioridad a los proveedores de aquellas empresas que, como parte de su política comercial, demuestren compromiso con el desarrollo sostenible y, por ende, implementen acciones que aporten al cuidado de los recursos naturales y al desarrollo comunitario, para lo cual se tendrá que verificar la idoneidad y legalidad de dichas empresas y/o personas con las que se contrata. Para llevar a cabo esta gestión de los proveedores la agencia de viajes utilizará el formato que se adjunta como Anexo 12, porque permite controlar y analizar el impacto de compras de la Agencia.

Dentro de los criterios que se sugieren para realizar dicha gestión de proveedores de forma adecuada se proponen, la valoración de un precio justo del mercado, la garantía del producto o servicio adquirido, condiciones de pago favorables tanto para el comprador como para el vendedor que aseguren un comercio justo y equitativo, la promoción que se realice del patrimonio cultural de la región, el apoyo que se dé al desarrollo económico de la región donde se encuentra ubicada la Agencia de Viajes que para este caso es el departamento del Huila, así como de los lugares a donde envía sus turistas. Así mismo la agencia de viajes considera dar prevalencia a los proveedores con acciones comprobadas de sostenibilidad, que tengan idoneidad legal y que preferiblemente sean de origen local para apoyar el desarrollo endógeno.

#### **8.2.5. Autoridad y responsabilidad**

para la Empresa VW Tours.

---

Para asegurar la implementación y mantenimiento del sistema de gestión para la sostenibilidad, la gerencia de la Agencia de Viajes VW Tours define las responsabilidades y autoridades de las personas involucradas en el cumplimiento de esta norma, para lo cual se recomienda en primer lugar el nombramiento de un líder de implementación de la sostenibilidad que trabaje en la definición de las responsabilidades por parte de la Agencia de Viajes para garantizar el cumplimiento de los requisitos de la norma a través de su monitoreo continuo. Como Anexo 13, se presenta el modelo de acta de reunión para la designación del líder, que se puede seguir utilizando para definir las demás funciones y/o responsabilidades propias de cada cargo con relación a la gestión de la sostenibilidad.

#### **8.2.6. Información y capacitación**

La Agencia de Viajes VW Tours informará al público su política y programas de sostenibilidad en idioma inglés y español, socializando comportamientos ambientales, socioculturales y económicos responsables con sus proveedores, prestadores de servicios turísticos y demás empresas, con los cuales tenga relación comercial para promover el desarrollo sostenible. Así mismo, desarrollará un programa de capacitación para sus empleados y demás personal vinculado que le permita dar cumplimiento de esta norma y el mejoramiento de sus competencias; para lo cual hará un manejo responsable y respetuoso de la publicidad de los destinos, productos y servicios que organiza, promociona, comercializa y opera, de tal manera que no afecte al cliente, ni impacte negativamente el patrimonio natural y cultural. Para este fin, se utilizarán los formatos “Programa de Información” y “Plan de Sensibilización” que se reportan en el Anexo 14 y Anexo 15. El líder de sostenibilidad será responsable del desarrollo y ejecución del plan de sensibilización, información y formación para los empleados a fin de garantizar su implicación en la política de turismo sostenible donde se incluirán acciones de sensibilización ambiental, seguridad, calidad, información sobre el destino, entre otros.

#### **8.2.7. Documentación**

Como mecanismo que facilite el control de los documentos del sistema de sostenibilidad

para la Empresa VW Tours.

---

turística la agencia de viajes tendrá disponible para su supervisión un “Listado maestro de documentos del sistema” en donde se tendrá el nombre de cada uno de los documentos, que se convierten en evidencia de que la agencia de viajes está cumpliendo con los requisitos de la norma tal como lo evidencia el Anexo 16.

#### **8.2.8. Mejora**

La agencia de viajes VW Tours adelantará continuamente acciones y estrategias encaminadas al mantenimiento y mejoramiento de su gestión en el ámbito de la sostenibilidad, para lo cual registrará cada año los logros obtenidos y las acciones de mejora por alcanzar, de acuerdo con el programa de gestión para la sostenibilidad. La evidencia de esta verificación queda registrada en un formato de acta de reunión, con los resultados de los indicadores, las metas cumplidas y las que faltan por cumplir, dejando compromisos claros de mejora y responsables.

Para llevar a cabo este proceso, la agencia de viajes verificará que se cumplan todas las metas de sostenibilidad propuestas teniendo en cuenta cuatro elementos que involucran en un primer momento una fase para planear, donde se podrán establecer las metas y objetivos y definir la metodología de trabajo; una segunda fase para ejecutar, donde se realizarán las labores de sensibilización, capacitación e implementación a través del diseño de indicadores; en un tercer punto se tendrá la fase de verificación y control para hacer seguimiento y auditoría interna para valorar los indicadores que se diseñen; y, en la cuarta fase se actuará para corregir, retroalimentar y/o mejorar acciones en pro de la sostenibilidad como se resume en el esquema presentado en el Anexo 17.

003 para la Empresa VW Tours.

---

En la fase de planeación se deben determinar las metas y objetivos que se quieren alcanzar definiendo una metodología clara. En segundo lugar, se debe ejecutar, lo que implica diseñar los programas de sostenibilidad con sus indicadores específicos, sensibilizar y capacitar sobre su aplicación en cada puesto de trabajo. La verificación y control se realiza mediante el seguimiento a los indicadores, que se debe hacer cada periodo, siendo la evidencia de esta verificación un acta de reunión, con los resultados de los indicadores, las metas cumplidas y las que faltan por cumplir, dejando compromisos claros de mejora y responsables, para que en la fase de actuación se pueda corregir y reentrenar las acciones de mejora que sean necesarias de aplicar en los programas que no estén alcanzando las metas, el responsable de este proceso es el líder de sostenibilidad de la agencia de viajes.

### **8.3. Requisitos ambientales**

En este apartado se establecen pautas para orientar a la agencia de viajes VW Tours a incorporar prácticas para cumplir los requisitos ambientales relacionados con el desarrollo sostenible, según la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003.

#### **8.3.1. Patrimonio natural**

La Agencia de Viajes VW Tours con el fin de incorporar los requisitos ambientales en relación con el patrimonio natural cultural se compromete a:

- Comunicar a proveedores y clientes acerca de la normatividad legal vigente en los destinos que opere, promocióne o comercialice para evitar el tráfico ilegal de especies de flora y fauna.
- Liderar y promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas relacionadas con la prevención del tráfico ilícito de flora y fauna, teniendo en cuenta la normatividad vigente.

003 para la Empresa VW Tours.

---

- Crear el sistema para gestionar, de manera comprometida, la información relacionada con destinos turísticos y actividades relacionadas con el patrimonio natural del país y promover su visita.
- Establecer, promover y ofrecer productos y servicios turísticos que no generen impactos negativos en el patrimonio natural.

**Acciones para prevenir el tráfico ilícito de flora y fauna en el destino donde funciona la agencia de viajes**

- Dar la información respectiva a los turistas, relacionada con la prevención del tráfico de flora y fauna.
- Contar con información descrita en material promocional que se pueda divulgar por medios electrónicos, tales como página en Facebook, Instagram, correos electrónicos, WhatsApp, entre otros.
- Se tendrá especial interés en proveedores de hospedaje, alimentación y recreación, que implementen prácticas y acciones de protección de la flora y fauna en los destinos que oferta la Agencia de Viajes VW Tours.
- Se incentivará a los turistas para que denuncien a vendedores ilegales de flora y fauna en los destinos visitados.
- Informar a los turistas en relación con la normatividad vigente, en especial lo relacionado con el Código Penal colombiano.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, se formula el programa de flora y fauna relacionado en el Anexo 18.

### **8.3.2. Uso eficiente del agua**

En lo relacionado con el uso eficiente de agua, VW Tours contempla acciones en pro de la gestión del recurso hídrico y por lo tanto se compromete a:

- Informar a los proveedores y turistas los aspectos importantes asociados al uso eficiente del agua.
- Desarrollar en conjunto con las entidades competentes, campañas relacionadas con el uso eficiente del agua.

El programa de uso eficiente del agua se presenta en el Anexo 19.

### **8.3.3. Uso eficiente de la energía**

El programa de uso eficiente de la energía busca generar mayor conciencia frente al uso de la energía, haciendo uso adecuado de los aparatos eléctricos que se encuentran en la oficina de la Agencia de Viajes, además de concientizar al persona, proveedores y turistas sobre la importancia del ahorro de energía en los diferentes ámbitos del sector turístico. En el Anexo 20 se presenta el programa de uso eficiente del agua.

### **8.3.4. Gestión de residuos**

La gestión integral de los residuos es un componente importante que permite potencializar las prácticas asociadas a la separación en la fuente y el aprovechamiento de residuos con potencial aprovechable. En el Anexo 21 se formula el programa de gestión de residuos sólidos.

### **8.3.5. Material publicitario**

Como parte del sistema de sostenibilidad para la agencia de viajes VW Tours se tiene establecido la elaboración de material publicitario usando principalmente los medios digitales, teniendo en cuenta el potencial actual de las redes sociales y otros medios como los correos electrónicos, a continuación, se relaciona el programa de manejo del material publicitario. En el Anexo 22 se presenta el programa de manejo de material publicitario.

## **8.4. Requisitos socioculturales**

En este numeral se establecen pautas para orientar a la agencia de viajes VW Tours a incorporar prácticas para cumplir los requisitos socioculturales relacionados con el desarrollo sostenible, según la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003.

### **8.4.1. Conservación y uso sostenible del patrimonio cultural**

Con el fin de aportar a la protección del patrimonio cultural de los destinos asociados a los servicios ofertados por VW Tours, al relacionamiento positivo entre los turistas clientes de la agencia, la comunidad, los proveedores turísticos locales y la agencia de viajes como operadora de turismo, se formula el programa sociocultural, constituido por acciones orientadas a contribuir al desarrollo y bienestar local y respeto por el patrimonio cultural, de manera que se minimicen el impacto negativo y se potencie el impacto positivo de las actividades de VW Tours en los destinos turísticos ofertados por la agencia. En el Anexo 23 se presenta el programa sociocultural.

### **8.4.2. Manejo y prevención de riesgos sociales**

Los principales riesgos sociales relacionados con la actividad turística corresponden a la explotación sexual y laboral a menores de edad, así como la discriminación de las comunidades locales, en el contexto de los viajes y el turismo.



003 para la Empresa VW Tours.

---

Como evidencia del compromiso de VW Tours con la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación de las comunidades locales en la actividad turística, se establece el Código de Conducta y prevención de riesgos sociales, con el fin de que el personal relacionado con el funcionamiento de la agencia conozca, interiorice y aplique la ética personal y profesional frente a la explotación infantil como delito que debe ser prevenido y erradicado, así como frente a la discriminación y exclusión de comunidades locales. Adicionalmente se formula el programa de y prevención de riesgos sociales.

El Código de Conducta se presenta en el Anexo 24 y el programa de y prevención de riesgos sociales se presenta en el Anexo 25.

## **8.5. Requisitos económicos**

A continuación, se definen pautas para orientar a la agencia de viajes VW Tours a incorporar prácticas para cumplir los requisitos económicos relacionados con el desarrollo sostenible, según la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003.

### **8.5.1. Contratación y generación de empleo**

Con el fin de potenciar el impacto positivo en los destinos donde opera VW Tours, se formula el Programa de contratación y generación de empleo y el Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades, orientados a mejorar los ingresos debido a la contratación y dinamización de la economía local debido al apoyo y fomento del consumo de bienes y servicios ofrecidos por la comunidad local. En el Anexo 26 se presenta el Programa de contratación y generación de empleo.

003 para la Empresa VW Tours.

---

### **8.5.2. Aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades**

De acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003 y con el fin de aportar al mejoramiento de las capacidades de las comunidades en los destinos donde opera VW Tours, en el Anexo 27 se presenta el Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades.

### **8.6. Requisitos de seguridad**

En este apartado se establecen pautas para orientar a la agencia de viajes VW Tours a incorporar prácticas para cumplir los requisitos de seguridad para proveedores, colaboradores y clientes, según la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003.

#### **8.6.1. Seguridad**

Para garantizar la seguridad de los clientes durante la prestación del servicio se formula el Programa de seguridad orientado a velar por que todos los proveedores turísticos en los destinos donde VW Tours opera cuentan con óptimas condiciones de recurso humano, instalaciones locativas, vigilancia, bioseguridad, entre otras, que aseguren la tranquilidad, seguridad y salud de los turistas. En el Anexo 28 se presenta el Programa de seguridad.

## **9. Plan de implementación**

### **9.1. Fases de implementación**

El plan de implementación contempla el compromiso de la empresa en la ejecución de la propuesta del sistema de Gestión de la Sostenibilidad Turística descrito en el numeral 8. para lo cual la agencia de viajes desarrollara un total de 3 fases del proyecto, durante un periodo de 4 años, las cuales son:

003 para la Empresa VW Tours.

---

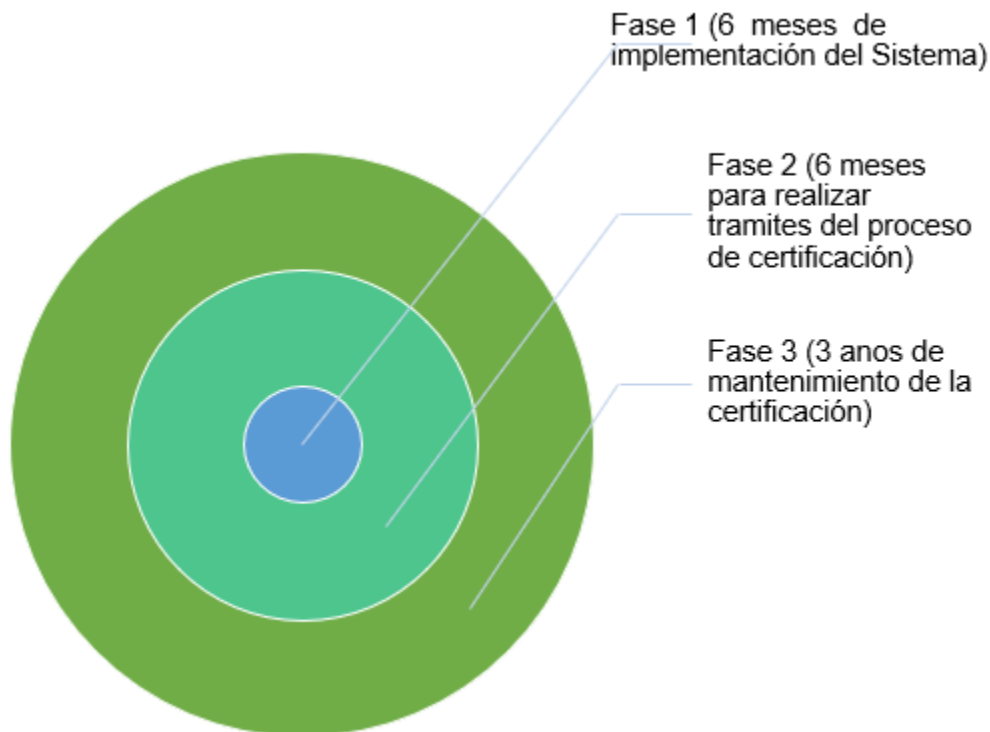


Figura 10. Fases de ejecución del proyecto Fuente: Elaboración propia (2021).

En la Tabla 9 se presenta el cronograma de la Fase 1 del proyecto el cual contempla la implementación del sistema previsto para el año 2022, con una duración proyectada de seis meses, que corresponde con los plazos de ejecución de las actividades que conforman los programas de gestión para la sostenibilidad que constituyen el sistema y que fueron presentados en los numerales 8.3 Requisitos ambientales, 8.4 Requisitos socioculturales, 8.5 Requisitos económicos y 8.6 Requisitos de seguridad. El plan de implementación prevé un horizonte de tiempo entre marzo y agosto de 2022, a partir del cual, VW Tours deberá mantener y actualizar el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística con al fin de garantizar el cumplimiento de los requisitos de la NTS TS 003 y la normatividad aplicable, así como mantener las ventajas competitivas y beneficios asociados.



003 para la Empresa VW Tours.

---

La Fase 3 contempla los 3 años que dura el certificado de calidad turística hasta la fecha en que se requiere su renovación, y por lo tanto las actividades asociadas al mantenimiento del sistema durante esos 3 años.

## 9.2. Evaluación financiera del Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística VW Tours

Como parte del plan de implementación, se presenta la siguiente evaluación financiera, que tiene como propósito determinar los costos de los recursos necesarios para la implementación, puesta en marcha, proceso de certificación y mantenimiento del Sistema de Gestión de Sostenibilidad VW Tours, los cuales se calculan por un periodo de tiempo de 3 años que corresponden a la vigencia de la certificación, hasta cuando se requiere su renovación.

Para realizar el análisis financiero se utilizaron los siguientes parámetros generales, ingresos históricos y proyectados, así como los ingresos asociados a la implementación, los cuales también se relacionan en el Anexo 29, específicamente en las hojas parámetros generales.

Tabla 10. Parámetros Generales, ingresos históricos y proyectados de la Agencia de viajes VW Tours e ingresos asociados a la implementación del sistema

<b>Parámetros Generales</b>	
Indicador	Incremento Anual
IPC (Inflación)	4,50%
SMML	5%
Tasas Bancarias Pyme	15,39%
<b>Incremento Ventas</b>	
Año 1	13,50%
Año 2	18,50%
Año 3	23,50%
<b>Ingresos Históricos y Proyectados</b>	

003 para la Empresa VW Tours.

<b>Año</b>	<b>Ingresos Anuales</b>
2018	\$ 246.000.000
2019	\$ 278.800.000
2021	<i>Implementación</i>
2022	\$ 316.438.000,00
2023	\$ 374.979.030,00
2024	\$ 463.099.102,05
<b>Ingresos asociados a Implementación</b>	
<b>Año</b>	<b>Ingresos Anuales</b>
2022	\$ 34.175.304,00
2023	\$ 55.496.896,44
2024	\$ 87.062.631,19

Fuente: Elaboración propia (2021).

### 9.2.1. Costos Directos

Los recursos necesarios para la implementación y mantenimiento del sistema se clasifican en cuatro grupos, discriminados de la siguiente manera:

- Recursos Humanos: corresponde a los costos asociados con el pago salarial y prestacional del personal responsables para la implementación y el mantenimiento del sistema, los cuales están detallados en cada uno de los programas.
- Publicidad: incluye los costos de creación de la página web, generación de contenido digital y campañas publicitarias.
- Papelería: hace referencia a los materiales de oficina requeridos para la implementación y sostenimiento del sistema, tales como formatos impresos, contratos y todos los documentos que se requieran imprimir para efectos de firmas y soporte en físico.

003 para la Empresa VW Tours.

- Materiales y Equipos: consiste en aquellos materiales y equipos de oficina y técnicos que se requieren para la ejecución de los programas del sistema y el mantenimiento.

A continuación, se presenta la estimación de los costos directos por cada grupo de recursos. Esta información también se presenta en el Anexo 29, hoja C. D (RRHH).

Tabla 11. Costos Directos del Recurso Humano por perfil requerido

RRHH (Mensual)	Perfil									
	Líder de Sostenibilidad	Auxiliar de Sostenibilidad	Ingeniero de Seguimiento	Auxiliar de Seguimiento	Apoyo Ambiental 1	Apoyo Ambiental 2	Aux. Publicidad	Apoyo Social 1	Apoyo Social 2	
Base Salarial	\$ 1.600.000	\$ 1.200.000	\$ 1.450.000	\$ 908.526	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.150.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	
Aux. Transp.	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454	
<b>Prestaciones Sociales</b>										
Cesantías	8,33%	\$ 142.205	\$ 108.871	\$ 129.705	\$ 84.582	\$ 96.371	\$ 96.371	\$ 104.705	\$ 108.871	\$ 108.871
Intereses Sobre Cesantías	1,00%	\$ 17.065	\$ 13.065	\$ 15.565	\$ 10.150	\$ 11.565	\$ 11.565	\$ 12.565	\$ 13.065	\$ 13.065
Primas	8,3333%	\$ 142.205	\$ 108.871	\$ 129.705	\$ 84.582	\$ 96.371	\$ 96.371	\$ 104.705	\$ 108.871	\$ 108.871
Vacaciones	4,17%	\$ 66.667	\$ 50.000	\$ 60.417	\$ 37.855	\$ 43.750	\$ 43.750	\$ 47.917	\$ 50.000	\$ 50.000
<b>Aportes a Seguridad Social</b>										
Salud	8,50%	\$ 136.000	\$ 102.000	\$ 123.250	\$ 77.225	\$ 89.250	\$ 89.250	\$ 97.750	\$ 102.000	\$ 102.000
Pensión	12%	\$ 192.000	\$ 144.000	\$ 174.000	\$ 109.023	\$ 126.000	\$ 126.000	\$ 138.000	\$ 144.000	\$ 144.000
ARL	0,52%	\$ 8.352	\$ 6.264	\$ 7.569	\$ 4.743	\$ 5.481	\$ 5.481	\$ 6.003	\$ 6.264	\$ 6.264
<b>Parafiscales</b>										
CCF	4%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SENA	2%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
ICBF	3%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Total</b>		\$ 2.410.946	\$ 1.839.525	\$ 2.196.663	\$ 1.423.139	\$ 1.625.242	\$ 1.625.242	\$ 1.768.097	\$ 1.839.525	\$ 1.839.525

Fuente: Elaboración propia (2021).

Tabla 12. Costos Directos de Recurso Humano por Dedicación

Dedicación Laboral	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Programa Flora y fauna	\$ 1.159.401	\$ 1.217.371	\$ 1.278.239	\$ 1.342.151
Programa e uso eficiente del agua	\$ 1.159.401	\$ 1.217.371	\$ 1.278.239	\$ 1.342.151
Programa de uso eficiente de la energía	\$ 1.159.401	\$ 1.217.371	\$ 1.278.239	\$ 1.342.151

003 para la Empresa VW Tours.

Programa de gestión de residuos sólidos	\$ 1.159.401	\$ 1.217.371	\$ 1.278.239	\$ 1.342.151
Programa de manejo de material publicitario	\$ 1.748.767	\$ 1.836.205	\$ 1.928.015	\$ 2.024.416
Programa sociocultural	\$ 1.159.401	\$ 1.217.371	\$ 1.278.239	\$ 1.342.151
Programa de prevención de riesgos sociales	\$ 1.159.401	\$ 1.217.371	\$ 1.278.239	\$ 1.342.151
Programa de contratación y generación de empleo	\$ 2.661.844	\$ 2.794.936	\$ 2.934.683	\$ 3.081.417
Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades	\$ 2.945.355	\$ 3.092.623	\$ 3.247.254	\$ 3.409.617
Programa de seguridad	\$ 2.255.533	\$ 2.368.310	\$ 2.486.725	\$ 2.611.062

Fuente: Elaboración propia (2021).

Tabla 13. Costos Directos de Publicidad

Publicidad (Mensual)	Presupuesto Marketing		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
	Digital	Tradicional				
Programa Flora y fauna	\$ 100.000,00	\$ 50.000,00	\$ 150.000,00	\$ 156.750,00	\$ 163.803,75	\$ 171.174,92
Programa e uso eficiente del agua	\$ 100.000,00	\$ 50.000,00	\$ 150.000,00	\$ 156.750,00	\$ 163.803,75	\$ 171.174,92
Programa de uso eficiente de la energía	\$ 100.000,00	\$ 50.000,00	\$ 150.000,00	\$ 156.750,00	\$ 163.803,75	\$ 171.174,92
Programa de gestión de residuos sólidos	\$ 120.000,00	\$ 80.000,00	\$ 200.000,00	\$ 209.000,00	\$ 218.405,00	\$ 228.233,23
Programa de manejo de material publicitario	\$ 3.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.225.000,00	\$ 5.460.125,00	\$ 5.705.830,63
Programa sociocultural			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de prevención de riesgos sociales			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de contratación y generación de empleo			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de seguridad			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia (2021).



003 para la Empresa VW Tours.

Tabla 14. Costos Directos de Papelería

<b>Papelería</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Programa Flora y fauna	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa e uso eficiente del agua	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de uso eficiente de la energía	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de gestión de residuos sólidos	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de manejo de material publicitario		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa sociocultural	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de prevención de riesgos sociales	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de contratación y generación de empleo	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31
Programa de seguridad	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 52.250,00	\$ 54.601,25	\$ 57.058,31

Fuente: Elaboración propia (2021).

Tabla 15. Costos Directos de Materiales y Equipos

<b>Materiales y Equipos</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Programa Flora y fauna		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa e uso eficiente del agua	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 104.500,00	\$ 109.202,50	\$ 114.116,61
Programa de uso eficiente de la energía	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 209.000,00	\$ 218.405,00	\$ 228.233,23
Programa de gestión de residuos sólidos	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00	\$ 365.750,00	\$ 382.208,75	\$ 399.408,14
Programa de manejo de material publicitario		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa sociocultural		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de prevención de riesgos sociales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de contratación y generación de empleo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

003 para la Empresa VW Tours.

<b>Materiales y Equipos</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de seguridad		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia (2021).

### 9.2.2. Costos Indirectos

Los rubros que se tienen en cuenta para el cálculo de los costos indirectos del sistema de gestión de sostenibilidad turística corresponden a los siguientes:

- **Administración:** Corresponde a los gastos asociados a la administración del sistema.
- **Otros:** son los rubros erogados para el pago de situaciones imprevistas que se presenten en la ejecución del proyecto.
- **Certificación:** corresponde a los gastos de los trámites para la obtención del certificado de calidad turística.

En la Tabla 16 se presenta la estimación de los costos indirectos por cada grupo de recursos, esta información también se presenta en el Anexo 29, hoja C.D (Pub. y Pap. y Mat Eq).

Tabla 16. Costos indirectos de Materiales y Equipos

<b>Rubro</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Costos Administrativos	\$ 1.200.000	\$ 1.254.000	\$ 1.310.430	\$ 1.369.399
Otros	\$ 600.000	\$ 627.000	\$ 655.215	\$ 684.700
Certificación	\$ 7.500.000			

003 para la Empresa VW Tours.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Con base en lo anterior, se estima que el presupuesto total del Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística es de \$ 136.730.464,31, el cual incluye los costos directos, indirectos y de financiación.

### 9.2.3. Flujo de caja

A continuación, se presenta el flujo de caja, esta información también se presenta en el Anexo 29, específicamente en la hoja Flujo de Caja.

Tabla 17. Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
	2022	2023	2024	2025
<b>Total, Costos</b>	\$ 32.617.903,71	\$ 26.331.048,89	\$ 27.602.927,59	\$ 28.936.389,90
<b>Costos Directos</b>	\$ 23.317.903,71	\$ 24.450.048,89	\$ 25.637.282,59	\$ 26.882.290,87
<b>RRHH</b>	\$ 16.567.903,71	\$ 17.396.298,89	\$ 18.266.113,84	\$ 19.179.419,53
<b>Publicidad</b>	\$ 5.650.000,00	\$ 5.904.250,00	\$ 6.169.941,25	\$ 6.447.588,61
<b>Papelería</b>	\$ 450.000,00	\$ 470.250,00	\$ 491.411,25	\$ 513.524,76
<b>Materiales y Equipos</b>	\$ 650.000,00	\$ 679.250,00	\$ 709.816,25	\$ 741.757,98
<b>Costos Indirectos</b>	\$ 9.300.000,00	\$ 1.881.000,00	\$ 1.965.645,00	\$ 2.054.099,03
<b>Costos Administrativos</b>	\$ 1.200.000,00	\$ 1.254.000,00	\$ 1.310.430,00	\$ 1.369.399,35
<b>Otros</b>	\$ 600.000,00	\$ 627.000,00	\$ 655.215,00	\$ 684.699,68

003 para la Empresa VW Tours.

<b>Certificación</b>	\$	\$	\$	\$
	7.500.000,00	-	-	-
<b>Ingresos</b>	\$	\$	\$	\$
	-	34.175.304,00	55.496.896,44	87.062.631,19
<b>Ingresos asociados a sostenibilidad</b>	\$	\$	\$	\$
	-	34.175.304,00	55.496.896,44	87.062.631,19
<b>Flujo de Caja Económico</b>				
<b>Saldo Neto</b>	-\$	\$	\$	\$
	32.617.903,71	7.844.255,11	27.893.968,85	58.126.241,29
<b>Saldo Acumulado</b>	-\$	-\$	\$	\$
	32.617.903,71	24.773.648,60	3.120.320,26	61.246.561,55
<b>Financiación</b>				
<b>Capital</b>	\$	\$	\$	\$
	32.617.903,71	37.637.623,74	37.637.623,74	30.137.623,74
<b>Intereses</b>	\$	\$	\$	\$
	5.019.720,03	5.792.227,96	5.792.227,96	4.638.018,28
<b>Abono a Capital</b>	\$		\$	\$
	-		7.500.000,00	30.137.623,74
<b>Abono a Intereses</b>	\$	\$	\$	\$
	-	5.792.227,96	5.792.227,96	4.638.018,28
<b>Saldo</b>	\$	\$	\$	\$
	37.637.623,74	37.637.623,74	30.137.623,74	-
<b>Flujo de Caja Financiero</b>				
<b>Saldo Neto</b>	\$	\$	\$	\$
	-	2.052.027,15	14.601.740,89	23.350.599,27
<b>Saldo Acumulado</b>	\$	\$	\$	\$
	-	2.052.027,15	16.653.768,04	40.004.367,32

Fuente: Elaboración propia (2021).

**9.2.4. Análisis de indicadores**

A continuación, se presenta el análisis de los indicadores financieros, esta información también se presenta en el Anexo 29, específicamente en la hoja Flujo de Caja.

003 para la Empresa VW Tours.

Tabla 18. Análisis de Indicadores

Análisis de Indicadores			
	Tasa Descuento	Parámetro	Concepto
VPN	12%	\$ 33.924.917,07	La suma a obtener a día de hoy es >0, dejando un concepto favorable de la inversión a realizar
TIR		Parámetro	Concepto
		4,65%	La tasa de rentabilidad por inversión es del 11.87% anual.
B/C		Parámetro	Concepto
		1,29	El beneficio que representa para la empresa por cada peso invertido son 29 centavos adicionales

Fuente: Elaboración propia (2021).

Para realizar el cálculo de la relación Beneficio Costo de la implementación del sistema, se estimó el costo total, incluyendo los costos directos, indirectos y los de financiación; estos últimos equivalen a los intereses producto de la financiación con crédito para PYME, de igual forma se proyectaron los ingresos totales producto de la sostenibilidad y se obtuvo una relación costo beneficio de 1,29, la cual corresponde a un valor > 1, indicando que los beneficios son mayores a los costos al generar una ganancia de 29 centavos por cada peso invertido.

## 10. Conclusiones

- Se diseñó el sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003 para la empresa VW Tours, con base en los resultados del diagnóstico organizacional, los lineamientos establecidos por ICONTEC (2018) en la Norma Técnica Sectorial NTS -TS 003 y las recomendaciones del MINCIT (2021) en la Guía para la implementación de la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS TS 003, dando respuesta a las necesidades de la empresa y acorde con su misión y visión.
- Se logró identificar en la literatura los referentes teóricos necesarios para el diseño de un sistema de sostenibilidad turística con base en la elaboración del marco de referencia que constituye el soporte teórico de la investigación y fundamenta el problema de investigación planteado, relacionado con la desventaja competitiva que implica para la agencia de viajes VW Tours la ausencia del Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística exigido por la normatividad vigente. Lo anterior, de acuerdo con los marcos conceptuales propuestos por diversos autores, lo cual permitió conceptualizar las variables de estudio como insumo para la fase de diagnóstico y posterior diseño del sistema de sostenibilidad turística para VW Tours.
- Se analizó la situación actual del componente operativo de la agencia de viajes VW Tours, por medio de un diagnóstico organizacional compuesto por un análisis externo con la metodología PESTEL y un análisis interno mediante encuesta con escala tipo Likert, el cual permitió profundizar en las características de las operaciones de la agencia y sus necesidades para conocer su estado actual en relación con la sostenibilidad turística, donde los resultados del análisis externo resaltan la necesidad de la empresa en innovar mediante la generación de contenidos digitales que le permitan dar conocer su oferta de servicios y su compromiso con la sostenibilidad, así como la necesidad de incorporar aspectos tecnológicos actuales en el modelo de negocio como la creación de una página web propia que con una administración efectiva le permita mejorar los canales de comunicación con sus clientes y proveedores de servicios, y la necesidad de

## 003 para la Empresa VW Tours.

---

educación, formación y sensibilización de las partes interesadas para la creación de sinergias y adaptación a nuevas realidades, de manera que se dé una participación de los *stakeholders* en la implementación y mantenimiento del sistema de gestión de sostenibilidad turística. Por su parte, los resultados del análisis interno expresaron cómo los empleados, colaboradores por prestación de servicios, proveedores y clientes encuestados, reconocen el compromiso de VW Tours con la sostenibilidad y la necesidad de que la agencia cuente con un Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística como requisito legal y ventaja competitiva en un mercado en crecimiento y transformación cada vez más comprometido con la sostenibilidad.

- Se propuso el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística para VW Tours, el cual se formuló con base en los resultados del diagnóstico organizacional de la situación actual y necesidades de la empresa, entre las que se destacan: innovar mediante la generación de contenidos digitales sobre su oferta de servicios y compromiso con la sostenibilidad; creación de una página web propia, educación, formación y sensibilización de las partes interesadas; y contar con el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística. Es así, como el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística propuesto se enmarca en variables fundamentales para un adecuado desempeño en relación con el desarrollo sostenible: gestión para la sostenibilidad, política de sostenibilidad, sensibilización y mejora continua, requisitos ambientales, requisitos socioculturales y requisitos de seguridad, las cuales, a su vez, involucran aspectos económicos, ambientales, culturales, legales y laborales, que se enmarcan en las dimensiones ambiental, social y económica las cuales se pretende llevar al equilibrio durante la prestación del servicio; para lo cual tuvo en cuenta las partes interesadas (o *stakeholders*), como mayor garantía de éxito en la formulación y futura implementación del sistema, que trasciende de requisito legal a ventaja competitiva y se constituye en puente de alineación con aliados estratégicos en materia de sostenibilidad y creación de sinergismo en el sector.
- Se propuso el plan de implementación para el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística diseñado, que contempla el compromiso de la empresa en la ejecución de la propuesta del sistema, constituido por el cronograma y la evaluación financiera,

003 para la Empresa VW Tours.

---

para lo cual la agencia de viajes desarrollara 3 fases durante un periodo de 4 años con un presupuesto total de \$ 136.730.464,31 que incluye los costos directos, indirectos y de financiación. La fase 1 contempla la implementación del sistema previsto para el año 2022, con una duración proyectada de 6 meses, que corresponde con los plazos de ejecución de las actividades que conforman los programas de gestión para la sostenibilidad, a partir de esta fase VW Tours deberá mantener y actualizar el sistema. La fase 2 del proyecto corresponde a un tiempo estimado de 6 meses, el cual se proyecta para el desarrollo de todos los tramites asociados al proceso de certificación en calidad turística. Finalmente, la fase 3 contempla los 3 años que dura el certificado de calidad turística hasta la fecha en que se requiere su renovación, donde es fundamental el compromiso de la empresa en la gestión los recursos requeridos para la renovación periódica del certificado de calidad turística.



## 11. Recomendaciones

- A partir del sistema de sostenibilidad turística diseñado para la Agencia de Viajes VW Tours, se recomienda que la empresa acate todas las sugerencias que allí se definen y continúe trabajando acciones de responsabilidad social empresarial en beneficio de la sostenibilidad, ya que de esta forma estará no solo aportando al desarrollo sostenible del país, sino también a la contribución de mejoramiento de la calidad de vida del lugar donde tiene su operación y al fortalecimiento de la cadena de valor local, favoreciendo un comercio justo que aporta al crecimiento de la agencia y posicionamiento de sus destinos.
- A nivel de los hallazgos encontrados dentro del componente de operaciones de la agencia de viajes VW Tours, se recomienda incrementar el uso de las redes sociales para realizar una captación efectiva de clientes ya que los resultados del análisis externo denotan la importancia de incorporar nuevos aspectos tecnológicos en el modelo de negocio para atraer clientes potenciales, en los cuales la combinación entre tecnología y turismo genere un nuevo contexto en la planificación de los viajes desde un enfoque sostenible, que incluya esquemas comerciales personalizados con alto nivel de servicio al cliente, ya que el incremento en el comercio electrónico ha ocasionado que los consumidores se acostumbren a nuevos modelos de negocio en donde la tendencia en los servicios de viaje se visualiza la importancia de añadir servicios locales que incluya la adquisición de servicios de manera remota con tecnologías vanguardistas que simplifiquen sus diferentes transacciones, para lo cual se recomienda como primer estrategia, tener en cuenta la creación de una página web propia para la agencia de viajes.
- Dentro de la propuesta dada en el Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística considerando la situación actual y necesidades de la empresa WV Tours, se considera la importancia de la independencia que permitan simplificar, enriquecer y personalizar la experiencia de viaje, el relacionamiento a través de redes sociales y la educación para la adaptación y creación de sinergias. Según los resultados del

003 para la Empresa VW Tours.

---

análisis interno. Para esto se recomienda que se tenga en cuenta la voluntad de los consumidores que esperan recibir una solución integral a sus necesidades de viaje desde un enfoque sostenible, por lo cual es indispensable contar con una red eficiente y confiable de servicios complementarios de viaje que cubra la mayoría de sus necesidades bajo este enfoque. En este sentido se considera vital que VW Tours articule su trabajo con las distintas organizaciones que pueden aportar significativamente a elevar su desempeño desde un desarrollo sostenible.

- Con respecto al plan de implementación del Sistema de Gestión de Sostenibilidad Turística propuesto, es importante que la agencia de viajes realice un seguimiento al mismo para garantizar su ejecución en los tiempos establecidos, tener una buena documentación de las acciones desarrolladas y realizar control a los indicadores propuestos. Una vez implementadas las acciones es deber de la agencia realizar un seguimiento continuo y permanente que permita identificar las acciones de mejora o la necesidad de hacer ajustes al plan de implementación con el fin de garantizar el cumplimiento de los requisitos de la NTS TS 003 y la normatividad aplicable.

### Referencias

- Acero Vargas, C., & Parada Hernández, M. M. (2019). *¿“De eso tan bueno no dan tanto”?* *La experiencia colombiana en formalización de tierras a la luz de la evidencia internacional. Análisis Político.* Obtenido de <https://doi.org/10.15446/anpol.v32n95.80831>
- AEM. (25 de Abril de 2021). *Calculadora de muestras.* Obtenido de Asesoría Económica y Marketing : [https://www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](https://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php)
- Aguado Puig, A. (2018). *Desarrollo sostenible: 30 años de evolución desde el informe Brundtland (Tesis Doctoral Inédita).* Obtenido de Universidad de Sevilla, Sevilla.: <https://idus.us.es/handle/11441/81489>
- ANATO. (Febrero de 2021). *Encuesta Tendencias del Viajero 2021.* Obtenido de [http://circularesanato.org/circularesanato.org/archivos/2021/Encuesta%20tendencias%20viajero%202021%20V4%20\(1\).pdf](http://circularesanato.org/circularesanato.org/archivos/2021/Encuesta%20tendencias%20viajero%202021%20V4%20(1).pdf)
- Araujo Gómez, R. M. (2016). El turismo como actividad esencial en el crecimiento económico. *Hospitalidad ESDAI*, 29.
- Arboleda, J. (2005). *Manual para la evaluación de impacto ambiental de proyectos, obras y actividades.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/eliaalejo1/manual-eia-jorge-arboleda-1>
- Arias , L. E., & Ayala, R. (2020). Obtenido de Gerencia de Mercado-El análisis PEST: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas.* Obtenido de <https://doi.org/10.7818/ECOS.614>

003 para la Empresa VW Tours.

---

Ayuso, S. (2003). *Gestión sostenible en la industria turística* . Obtenido de Tesis doctoral.

Universidad Autónoma de Barcelona :  
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4954/sas1de4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Baptista, P. F. (2010). *Metodología de la Investigación* . Obtenido de (McGRAW-HILL /

INTERAMERICANA EDITORES (ed.); Quinta). :  
[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia de la investigación 5ta Edición.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion.pdf)

Barcellos, L. (2011). *Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial* .

Obtenido de Tesis Doctoral : <http://hdl.handle.net/2445/35386>

Business Jargons. (2020). *Gestión Estratégica*. Obtenido de Business Jargons:

<https://businessjargons.com/strategic-management.html>

Castro Márquez, F. (2003). *Proyecto de investigación y su esquema de elaboración*.

Venezuela: Uyapar.

CEPAL. (2021). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 02 de Marzo de 2021, de

<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46551>

Ciobanu, M. (2014). *El turismo. Definiciones y perspectivas*. Obtenido de Universidad

Rumano-Americana: [http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/cbccsr/2014-2/5.2\\_2014\\_Ciobanu\\_M.pdf](http://www.rebe.rau.ro/RePEc/rau/cbccsr/2014-2/5.2_2014_Ciobanu_M.pdf)

Confecoop. (2018). *Confederación de Cooperativas de Colombia*. Obtenido de Informe:

<https://confecoop.coop/wp-content/uploads/2019/12/INFORME-2018.pdf>

003 para la Empresa VW Tours.

---

Confecoop. (2019). *Observatorio Cooperativo No 48*. Obtenido de Perspectivas para el cooperativismo colombiano 2019: <https://confecoop.coop/wp-content/uploads/2019/02/Observatorio-No-48.pdf>

Confecoop. (8 de Mayo de 2020). Obtenido de Con inteligencia colectiva las cooperativas trabajan para frenar efectos económicos y sociales del coronavirus.: <https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2020/con-inteligencia-colectiva-las-cooperativas-trabajan-para-frenar-efectos-economicos-y-sociales-del-coronavirus/>

Confecoop. (14 de Mayo de 2020). *Observatorio Cooperativo No. 56: Perspectivas para la actividad financiera cooperativa en medio de la pandemia*. Obtenido de Observatorio Cooperativo No. 56: Perspectivas para la actividad financiera cooperativa en medio de la pandemia: <https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2020/observatorio-cooperativo-no-56-perspectivas-para-la-actividad-financiera-cooperativa-en-medio-de-la-pandemia/>

Cooameva . (02 de Agosto de 2020). *Cooameva nos facilita la vida*. Obtenido de <https://www.cooameva.com.co/>

Cooameva. (2018). *Informe anual* . Obtenido de <https://www.cooameva.com.co/dirigencia/publicaciones/33370/informes-de-gestion-anual-cooameva/>

Cooperativas de las Américas. (2020). *Análisis del marco legal cooperativo* . Obtenido de Informe nacional de Colombia: <https://confecoop.coop/wp-content/uploads/2020/03/Informe-de-Marcos-Legales-Colombia.pdf>

David, F. (2017). *Pearson*. Obtenido de Conceptos de Administración Estratégica: Base de datos EBooks 7/24

003 para la Empresa VW Tours.

---

- Decreto 646. (2021). Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20646%20DEL%2016%20DE%20JUNIO%20DE%202021.pdf>
- Dextre Flores, J. C. (2012). ¿Control de gestión o gestión de control? *Contabilidad y Negocios*, 13.
- Diario La República. (27 de Febrero de 2019). Obtenido de La banca colombiana tiene un alto componente internacional : <https://www.larepublica.co/especiales/lr-65-anos/el-sistema-financiero-paso-de-95-bancos-a-13-conglomerados-2833081>
- ECODES. (2006). *Ecología y Desarrollo*. Obtenido de Sistema de Gestión Sostenible: Una herramienta para la promoción de la Responsabilidad Social de las Empresas: [https://ecodes.org/documentos/Manual\\_Basico\\_SGS\\_11.2006.pdf](https://ecodes.org/documentos/Manual_Basico_SGS_11.2006.pdf)
- Flórez, A. &. (1987). *La teoría general de sistemas*. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/Oscar/Downloads/Dialnet-LaTeoriaGeneralDeSistemas-6581658.pdf>
- Fosyga. (2020). *Listado de EPS en Colombia*. Obtenido de <https://adresfosyga.com/listado-de-eps-en-colombia/>
- Gómez Lozano, N., & Marraui Revelo, L. V. (2019). *Programa integrado de sostenibilidad para la aplicación de la NTS TS 003 en la agencia de viajes Oaca Colombia*. Obtenido de <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/15868/MarrauiReveloLisetteVerany.2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Grupo Coomeva. (02 de Agosto de 2020). *Nuestro grupo empresarial corporativo*. Obtenido de Grupo Coomeva.: <http://www.comeva.coop/9266>

003 para la Empresa VW Tours.

---

ICONTEC. (2015). *Norma Técnica Colombiana ISO 14001, Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos*. Bogotá: ICONTEC.

ICONTEC. (2015). *Norma Técnica Colombiana ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. Bogotá: ICONTEC.

ICONTEC. (2018). *NORMA TÉCNICA NTS – TS SECTORIAL COLOMBIANA 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.

Knapkova, A., & Mohammed, H. (2016). *El impacto de la gestión total de riesgos en el desempeño de la empresa*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/303848854\\_The\\_Impact\\_of\\_Total\\_Risk\\_Management\\_on\\_Company's\\_Performance](https://www.researchgate.net/publication/303848854_The_Impact_of_Total_Risk_Management_on_Company's_Performance)

LEY 2068. (2020). Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202068%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

López Carrizosa, F. J. (2008). *El enfoque de gestión por procesos y el diseño organizacional: el caso Antioqueño*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad EAFIT: <http://hdl.handle.net/10784/4496>

López, A. (2017). *Diagnóstico de los prestadores turísticos frente a la NTS-TS 003 en la Provincia del Alto Magdalena*. Obtenido de Red UAO edu: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10065/T07728.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martin, J. (2017). *Cerem*. Recuperado el Abril de 2021, de *Estudia tu entorno con un PESTEL*: <https://www.cerembs.co/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

003 para la Empresa VW Tours.

---

Martín, J. (15 de Mayo de 2017). *Estudia tu entorno con un PEST-EL*. Obtenido de Cerem:

<https://www.cerembs.co/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

MINCIT. (2015). *Decreto 1074 de 2015*. Obtenido de Función Pública:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76608>

MINCIT. (05 de Mayo de 2018). *Memorias semana nacional de la calidad turística 2018*.

Obtenido de Plataforma de Certificación:

<http://calidadturistica.gov.co/attachments/documents/80fd549260fd5d5643684500489f3c0b.pdf>

MINCIT. (Diciembre de 2020). *Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza*.

Recuperado el 01 de Marzo de 2021, de

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx>

MINCIT. (28 de 05 de 2021). *Guía para la implementación de la Norma Técnica Sectorial*

*Colombiana NTS-TS 003*. Obtenido de Calidad turística:

[https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-turistica/calidad-turistica/guias-para-la-implementacion-de-las-normas-tecnica/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnico-\(1\)/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnica-sectorial-colombiana](https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-turistica/calidad-turistica/guias-para-la-implementacion-de-las-normas-tecnica/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnico-(1)/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnica-sectorial-colombiana)

MINCIT. (2021). *Leyes*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/normatividad/leyes>

MINCIT, C. (Octubre de 2021). *Plataforma De Certificación Virtual de Calidad Turística*.

Obtenido de

[https://www.citur.gov.co/estadisticas/df\\_indice\\_agencia/ing\\_nominal/26#gsc.tab=0](https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_indice_agencia/ing_nominal/26#gsc.tab=0)

MINCIT-FONTUR. (28 de 05 de 2021). *Guía para la implementación de la Norma Técnica*

*Sectorial Colombiana NTS-TS 003*. Obtenido de Calidad turística:



003 para la Empresa VW Tours.

---

[https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-turistica/calidad-turistica/guias-para-la-implementacion-de-las-normas-tecnica/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnico-\(1\)/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnica-sectorial-colombia](https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-turistica/calidad-turistica/guias-para-la-implementacion-de-las-normas-tecnica/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnico-(1)/guia-para-la-implementacion-de-la-norma-tecnica-sectorial-colombia)

Morales, Y. C. (2020). *Propuesta metodológica para incorporar los criterios de desarrollo sostenible en el ecosistema emprendedor del Municipio de Ibagué Tolima (Tesis de Maestría)*. Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/handle/10882/9606/restricted-resource?bitstreamId=651a3019-5dfe-4f43-8c79-53718ddf2628>

Muñoz, L. (2017). *Diagnóstico de los prestadores turísticos frente a la NTS-TS 003 en la Provincia del Alto Magdalena*. Obtenido de Repositorio Universidad de Cundinamarca:

<http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/818/DIAGNOSTICO%20SITUACIONAL%20DE%20LOS%20PRESTADORES%20DE%20SERVICIOS%20TURISTICOS%20FRENTE%20A%20LA%20NTS-TS%20003%20EN%20LA%20PROVINCIA%20DEL%20ALTO%20MAGDALENA.pdf?sequence=1&isAll>

Murga, M., & Novo, M. (2014). *La formación de competencias en sostenibilidad: una estrategia para la mejora de la empleabilidad en sociedades sostenibles*. Obtenido de doi: 10.1016/j.sbspro.2014.08.060 : [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)

Ogalla Segura, F. (2005). *Sistema de Gestión, una guía práctica*. España: Ediciones Díaz de Santos.

OMT. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid, España: OMT.

ONU. (2012). *El futuro que queremos. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible (Río + 20)*. Obtenido de

003 para la Empresa VW Tours.

---

<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/764Future-We-Want-SPANISH-for-Web.pdf>

Pacheco, J. (2020). *Administración Estratégica (Características, Beneficios e importancia)*.

Obtenido de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/administracion-estrategica/#>

Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016). *La*

*responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro*. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. Obtenido de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es).

Plan Nacional de Desarrollo . (2019). *Plan Nacional de Desarrollo "Pacto por Colombia,*

*Pacto por la Equidad"*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Ley1955-PlanNacionaldeDesarrollo-pacto-por-colombia-pacto-por-la-equidad.pdf>

Plasencia, J., Marrero, F., Bajo, A., & Nicado, M. (2018). *Modelos para evaluar la*

*sostenibilidad en las organizaciones*. Obtenido de [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/2662/3411](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2662/3411)

PNUMA. (2012). *Economía Verde en el contexto del desarrollo sostenible y erradicación*

*de la pobreza: Una perspectiva desde América Latina y el Caribe*. Obtenido de [http://www.pnuma.org/forodeministros/18-](http://www.pnuma.org/forodeministros/18-ecuador/Reunion%20Expertos/Informe%20Economia%20Verde/ESPANOL%20Economia%20Verde%2016%20DEC%202011.pdf)

[ecuador/Reunion%20Expertos/Informe%20Economia%20Verde/ESPANOL%20Economia%20Verde%2016%20DEC%202011.pdf](http://www.pnuma.org/forodeministros/18-ecuador/Reunion%20Expertos/Informe%20Economia%20Verde/ESPANOL%20Economia%20Verde%2016%20DEC%202011.pdf)

003 para la Empresa VW Tours.

---

PROCOLOMBIA. (Diciembre de 2020). *Las tendencias que marcarán el modelo de turismo sostenible en 2021*. Obtenido de <https://procolombia.co/actualidad/las-tendencias-que-marcaran-el-modelo-de-turismo-sostenible-en-2021>

Rincon, H. (2020). *CONTRASTE DE LA POLÍTICA TURISTICA Y LA LEY DE FINANCIAMIENTO EN COLOMBIA CON RESPECTO AL PROCESO DE PAZ FRENTE A AMÉRICA LATINA*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/3394/INFORME%20FINAL%20CO-INV%20HAROLD%20RINCON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rueda Galvis, J., Herrera Guzman, A., & Rueda Galvis, M. (2019). *La gerencia sostenible como modelo de responsabilidad social*. Obtenido de <https://doi.org/10.33304/revinv.v15n1-2020010>

Sanabria Rangel, P. R. (2014). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Universidad & Empresa*, 165-213.

Serrano Amado, M. R. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21.

Tamayo, G. (2001). *Dialnet. Sistema abierto de información de revistas publicadas en castellano*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5262273>

Vasile, E., & Croitoru, I. (Septiembre de 2012). *Gestión de riesgos: problemas y desafíos actuales*. Obtenido de sistema Integrado de Gestión de Riesgos - Factor clave del Sistema de Gestión de la Organización: <https://www.intechopen.com/books/risk-management-current-issues-and-challenges/integrated-risk-management-system-key-factor-of-the-management-system-of-the-organization>

003 para la Empresa VW Tours.

---

Wheelen, T., & Hunger, D. (2013). *Administración Estratégica y Política de Negocios*.

Person Education.

## Anexos

### Anexo 1. Instrumento para la medición: Encuesta Diagnóstico Interno Agencia de viajes VW Tours



#### INSTRUMENTO PARA LA MEDICIÓN: ENCUESTA

Esta encuesta es para uso único y exclusivo de los investigadores de la Universidad EAN y tiene como propósito realizar un análisis situacional del componente operativo de la agencia de viajes VW Tours. La información aquí contenida es estrictamente con fines investigativos, se garantiza la confidencialidad de las fuentes. Muchas gracias por participar.

<b>Nombre de la Empresa:</b>	
<b>Dirección:</b>	
<b>NIT:</b>	<b>Sitio Web:</b>
<b>Actividad principal de la empresa:</b>	
<b>Nombre del entrevistado:</b>	
<b>Cargo que ocupa:</b>	
<b>Teléfono:</b>	<b>e-mail:</b>
<b>Tipo de empresa es:</b> ( ) SAS. ( ) Sociedad limitada. ( ) Unipersonal. ( ) Sociedad Anónima. ( ) Sociedad colectiva.	

Califique los siguientes aspectos según la escala propuesta: [1] No es importante, [2] 2. Poco importante, [3] No sabe, no responde, [4] Importante, [5] 5. Muy importante

- Respecto a los requisitos que la agencia de viajes (AV) VW Tours debe cumplir para implementar un sistema de sostenibilidad turística bajo la NTS TS 003, qué nivel de importancia considera que tiene cada uno de los siguientes aspectos:

003 para la Empresa VW Tours.

---

NUM	ATRIBUTOS
1	Es importante para la Agencia de Viajes la designación de un líder del proceso para la gestión de la sostenibilidad.
2	Es necesario definir las responsabilidades en la organización que garanticen el cumplimiento de los requisitos de esta norma.
3	Es importante para la Agencia de viajes establecer los derechos y deberes de los colaboradores, proveedores y clientes para su compromiso con la sostenibilidad.
4	Se debe identificar la legislación aplicable a la agencia de viajes VW Tours en los temas turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales.
5	Se deben definir mecanismos para cumplir con la legislación identificada de manera oportuna.
6	La Agencia de Viajes VW Tours debe definir una política de sostenibilidad turística.
7	Es importante la identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos que puede generar la Agencia de Viajes VW Tours.
8	Los aspectos e impactos se deben valorar para priorizar las actuaciones de la Agencia de Viajes VW Tours con relación a la gestión de la política de sostenibilidad.
9	La Agencia de viajes debe disponer de una política propia de sostenibilidad que este difundida al público, colaboradores, proveedores y clientes.
10	Los objetivos, actividades y metas deben ser claras, medibles y estar acordes al contexto de las actividades que desarrolla la Agencia de Viajes VW Tours.

003 para la Empresa VW Tours.

---

NUM	ATRIBUTOS
11	La Agencia de Viajes VW Tours debe contar con un programa de información y sensibilización para proveedores, colaboradores y clientes.
12	Es necesario que la Agencia de Viajes VW Tours capacite a sus colaboradores para el cumplimiento de los requisitos de la norma.
13	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours haga monitoreo y seguimiento a los programas de gestión de sostenibilidad para garantizar su cumplimiento.
14	Es importante para la Agencia de Viajes VW tours realizar seguimiento al sistema de sostenibilidad para establecer mecanismos de mejora continua.
15	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones en pro de la prevención del tráfico ilícito de la biodiversidad.
16	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones que promueva comportamientos responsables con el entorno natural.
17	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours formule y adelante acciones para el ahorro y uso eficiente del agua.
18	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones, para el ahorro y uso eficiente de la energía.
19	Es importante la implementación de un programa de manejo integral de residuos para la Agencia de Viajes VW Tours.
20	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours difunda con sus <i>stakeholders</i> los programas de ahorro y uso eficiente del agua, la energía y manejo de los residuos.

003 para la Empresa VW Tours.

---

NUM	ATRIBUTOS
21	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours brinde apoyo en la promoción o manejo responsable del patrimonio cultural para aportar a su conservación.
22	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours capacite periódicamente a sus colaboradores en la legislación vigente aplicable relacionada con la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
23	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours contemple la priorización de contratación de empleados y proveedores de base local.
24	Es pertinente que la Agencia de viajes VW Tours prevenga prácticas discriminatorias hacia las poblaciones vulnerables en el ámbito de su organización.
25	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para promover la compra y venta de bienes, servicios, artesanías y/o productos de base local para favorecer el desarrollo endógeno.
26	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para el fortalecimiento de las capacidades económicas de las comunidades de los destinos turísticos donde opera.
27	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones para minimizar los riesgos a proveedores, colaboradores y clientes en sus instalaciones.
28	Es relevante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones en los destinos turísticos que opera y/o comercializa, para minimizar los riesgos asociados a la prestación de sus servicios turísticos, protegiendo a los viajeros.



003 para la Empresa VW Tours.

---

NUM	ATRIBUTOS
29	La Agencia de viajes VW Tours debe exigir a sus proveedores el cumplimiento de las normas de seguridad en la prestación de sus servicios.
30	Es importante que la agencia de viajes informe a sus clientes sobre las recomendaciones relacionadas con la seguridad en los destinos que van a visitar.





		ambientales, culturales, económicos y laborales.						
5	Gestión para la sostenibilidad	Se deben definir mecanismos para cumplir con la legislación identificada de manera oportuna.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
6	Política de sostenibilidad	La Agencia de Viajes VW Tours debe definir una política de sostenibilidad turística.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
7	Política de sostenibilidad	Es importante la identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos que	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

		puede generar la Agencia de Viajes VW Tours.						
8	Política de sostenibilidad	Los aspectos e impactos se deben valorar para priorizar las actuaciones de la Agencia de Viajes VW Tours con relación a la gestión de la política de sostenibilidad.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
9	Política de sostenibilidad	La Agencia de viajes debe disponer de una política propia de sostenibilidad que este difundida al público, colaboradores, proveedores y clientes.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

10	Política de sostenibilidad	Los objetivos, actividades y metas deben ser claras, medibles y estar acordes al contexto de las actividades que desarrolla la Agencia de Viajes VW Tours.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
11	Sensibilización y mejora continua	La Agencia de Viajes VW Tours debe contar con un programa de información y sensibilización para proveedores, colaboradores y clientes.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
12	Sensibilización y mejora continua	Es necesario que la Agencia de Viajes VW Tours	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

		capacite a sus colaboradores para el cumplimiento de los requisitos de la norma.						
13	Sensibilización y mejora continua	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours haga monitoreo y seguimiento a los programas de gestión de sostenibilidad para garantizar su cumplimiento.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
14	Sensibilización y mejora continua	Es importante para la Agencia de Viajes VW tours realizar seguimiento al sistema de sostenibilidad para establecer	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00





		VW Tours formule y adelante acciones para el ahorro y uso eficiente del agua.						
18	Requisitos Ambientales	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones, para el ahorro y uso eficiente de la energía.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
19	Requisitos Ambientales	Es importante la implementación de un programa de manejo integral de residuos para la Agencia de Viajes VW Tours.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

20	Requisitos Ambientales	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours difunda con sus <i>stakeholders</i> los programas de ahorro y uso eficiente del agua, la energía y manejo de los residuos	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
21	Requisitos Socioculturales	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours brinde apoyo en la promoción o manejo responsable del patrimonio cultural para aportar a su conservación.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

22	Requisitos Socioculturales	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours capacite periódicamente a sus colaboradores en la legislación vigente aplicable relacionada con la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
23	Requisitos Socioculturales	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours contemple la priorización de contratación de empleados y	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

		proveedores de base local.						
24	Requisitos Socioculturales	Es pertinente que la Agencia de viajes VW Tours prevenga prácticas discriminatorias hacia las poblaciones vulnerables en el ámbito de su organización.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
25	Requisitos Socioculturales	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para promover la compra y venta de bienes, servicios, artesanías y/o productos de base local para	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

		favorecer el desarrollo endógeno.							
26	Requisitos Socioculturales	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para el fortalecimiento de las capacidades económicas de las comunidades de los destinos turísticos donde opera.	1.00	1.00	1.00	1.00	0.67	<b>0.93</b>	
27	Requisitos de Seguridad	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones para minimizar los riesgos a proveedores, colaboradores y	1.00	1.00	1.00	1.00	0.67	<b>0.93</b>	

		clientes en sus instalaciones.							
28	Requisitos de Seguridad	Es relevante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones en los destinos turísticos que opera y/o comercializa, para minimizar los riesgos asociados a la prestación de sus servicios turísticos, protegiendo a los viajeros.	1.00	1.00	1.00	1.00	0.67	<b>0.93</b>	
29	Requisitos de Seguridad	La Agencia de viajes VW Tours debe exigir a sus proveedores el cumplimiento de las normas de	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	

		seguridad en la prestación de sus servicios.						
30	Requisitos de Seguridad	Es importante que la agencia de viajes informe a sus clientes sobre las recomendaciones relacionadas con la seguridad en los destinos que van a visitar.	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

**Anexo 3. Resultados de la encuesta de acuerdo con escala Likert – Frecuencia absoluta para cada atributo.**


No	Atributo	Frecuencia absoluta					Total
		No es importante	Poco importante	No sabe/No responde	Importante	Muy importante	
1	Es importante para la Agencia de Viajes la designación de un líder del proceso para la gestión de la sostenibilidad.	0	0	1	9	10	20
2	Es necesario definir las responsabilidades en la organización que garanticen el cumplimiento de los requisitos de esta norma.	0	0	0	5	15	20
3	Es importante para la Agencia de viajes establecer los derechos y deberes de los colaboradores, proveedores y clientes para su compromiso con la sostenibilidad	0	0	1	6	13	20
4	Se debe identificar la legislación aplicable a la agencia de viajes VW Tours en los temas turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales.	0	0	0	6	14	20
5	Se deben definir mecanismos para cumplir con la legislación identificada de manera oportuna.	0	0	0	7	13	20
6	La Agencia de Viajes VW Tours debe definir una política de sostenibilidad turística.	0	0	0	7	13	20
7	Es importante la identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos que puede generar la Agencia de Viajes VW Tours.	0	0	0	7	13	20
8	Los aspectos e impactos se deben valorar para priorizar las actuaciones de la Agencia de Viajes VW Tours con relación a la gestión de la política de sostenibilidad.	0	0	0	9	11	20
9	La Agencia de viajes debe disponer de una política propia de sostenibilidad que este difundida al público, colaboradores, proveedores y clientes.	0	0	0	7	13	20
10	Los objetivos, actividades y metas deben ser claras, medibles y estar acordes al contexto de las actividades que desarrolla la Agencia de Viajes VW Tours.	0	0	0	6	14	20
11	La Agencia de Viajes VW Tours debe contar con un programa de información y sensibilización para proveedores, colaboradores y clientes.	0	0	2	6	12	20
12	Es necesario que la Agencia de Viajes VW Tours capacite a sus colaboradores para el cumplimiento de los requisitos de la norma.	0	0	2	9	9	20
13	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours haga monitoreo y seguimiento a los programas de gestión de sostenibilidad para garantizar su cumplimiento.	0	0	0	7	13	20
14	Es importante para la Agencia de Viajes VW tours realizar seguimiento al sistema de sostenibilidad para establecer mecanismos de mejora continua.	0	0	0	8	12	20
15	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones en pro de la prevención del tráfico ilícito de la biodiversidad.	0	0	0	6	14	20
16	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones que promueva comportamientos responsables con el entorno natural.	0	0	0	8	12	20
17	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours formule y adelante acciones para el ahorro y uso eficiente del agua	0	0	0	8	12	20
18	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones, para el ahorro y uso eficiente de la energía.	0	0	0	7	13	20
19	Es importante la implementación de un programa de manejo integral de residuos para la Agencia de Viajes VW Tours.	0	0	0	6	14	20
20	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours difunda con sus colaboradores los programas de ahorro y uso eficiente del agua, la energía y manejo de los residuos.	0	1	1	6	12	20
21	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours brinde apoyo en la promoción o manejo responsable del patrimonio cultural para aportar a su conservación.	0	0	0	9	11	20
22	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours capacite periódicamente a sus colaboradores en la legislación vigente aplicable relacionada con la prevención de la de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.	0	0	2	6	12	20
23	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours contemple la priorización de contratación de empleados y proveedores de base local.	0	0	0	10	10	20
24	Es pertinente que la Agencia de viajes VW Tours prevenga prácticas discriminatorias hacia las poblaciones vulnerables en el ámbito de su organización.	0	0	0	5	15	20
25	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para promover la compra y venta de bienes, servicios, artesanías y/o productos de base local para favorecer el desarrollo endógeno.	0	0	0	8	12	20
26	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para el fortalecimiento de las capacidades económicas de las comunidades de los destinos turísticos donde opera.	0	0	1	7	12	20
27	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones para minimizar los riesgos a proveedores, colaboradores y clientes en sus instalaciones.	0	0	0	7	13	20
28	Es relevante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones en los destinos turísticos que opera y/o comercializa, para minimizar los riesgos asociados a la prestación de sus servicios turísticos, protegiendo a los viajeros.	0	0	0	6	14	20
29	La Agencia de viajes VW Tours debe exigir a sus proveedores el cumplimiento de las normas de seguridad en la prestación de sus servicios.	0	0	0	5	15	20
30	Es importante que la agencia de viajes informe a sus clientes sobre las recomendaciones relacionadas con la seguridad en los destinos que van a visitar.	0	0	0	7	13	20




**Anexo 4. Resultados de la encuesta de acuerdo con escala Likert – Frecuencia relativa para cada atributo.**

No	Atributo	Frecuencia relativa					Total
		No es importante	Poco importante	No sabe/No responde	Importante	Muy importante	
1	Es importante para la Agencia de Viajes la designación de un líder del proceso para la gestión de la sostenibilidad.	0%	0%	5%	45%	50%	100%
2	Es necesario definir las responsabilidades en la organización que garanticen el cumplimiento de los requisitos de esta norma.	0%	0%	0%	25%	75%	100%
3	Es importante para la Agencia de viajes establecer los derechos y deberes de los colaboradores, proveedores y clientes para su compromiso con la sostenibilidad.	0%	0%	5%	30%	65%	100%
4	Se debe identificar la legislación aplicable a la agencia de viajes VW Tours en los temas turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales.	0%	0%	0%	30%	70%	100%
5	Se deben definir mecanismos para cumplir con la legislación identificada de manera oportuna.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
6	La Agencia de Viajes VW Tours debe definir una política de sostenibilidad turística.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
7	Es importante la identificación de aspectos e impactos ambientales, socioculturales y económicos que puede generar la Agencia de Viajes VW Tours.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
8	Los aspectos e impactos se deben valorar para priorizar las actuaciones de la Agencia de Viajes VW Tours con relación a la gestión de la política de sostenibilidad.	0%	0%	0%	45%	55%	100%
9	La Agencia de viajes debe disponer de una política propia de sostenibilidad que este difundida al público, colaboradores, proveedores y clientes.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
10	Los objetivos, actividades y metas deben ser claras, medibles y estar acordes al contexto de las actividades que desarrolla la Agencia de Viajes VW Tours.	0%	0%	0%	30%	70%	100%
11	La Agencia de Viajes VW Tours debe contar con un programa de información y sensibilización para proveedores, colaboradores y clientes.	0%	0%	10%	30%	60%	100%
12	Es necesario que la Agencia de Viajes VW Tours capacite a sus colaboradores para el cumplimiento de los requisitos de la norma.	0%	0%	10%	45%	45%	100%
13	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours haga monitoreo y seguimiento a los programas de gestión de sostenibilidad para garantizar su cumplimiento.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
14	Es importante para la Agencia de Viajes VW tours realizar seguimiento al sistema de sostenibilidad para establecer mecanismos de mejora continua.	0%	0%	0%	40%	60%	100%
15	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones en pro de la prevención del tráfico ilícito de la biodiversidad.	0%	0%	0%	30%	70%	100%
16	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones que promueva comportamientos responsables con el entorno natural.	0%	0%	0%	40%	60%	100%
17	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours formule y adelante acciones para el ahorro y uso eficiente del agua.	0%	0%	0%	40%	60%	100%
18	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours formule y adelante acciones, para el ahorro y uso eficiente de la energía.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
19	Es importante la implementación de un programa de manejo integral de residuos para la Agencia de Viajes VW Tours	0%	0%	0%	30%	70%	100%
20	Es relevante que la Agencia de viajes VW Tours difunda con sus stakeholders los programas de ahorro y uso eficiente del agua, la energía y manejo de los residuos.	0%	5%	5%	30%	60%	100%
21	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours brinde apoyo en la promoción o manejo responsable del patrimonio cultural para aportar a su conservación.	0%	0%	0%	45%	55%	100%
22	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours capacite periódicamente a sus colaboradores en la legislación vigente aplicable relacionada con la prevención	0%	0%	10%	30%	60%	100%
23	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours contemple la priorización de contratación de empleados y proveedores de base local.	0%	0%	0%	50%	50%	100%
24	Es pertinente que la Agencia de viajes VW Tours prevenga prácticas discriminatorias hacia las poblaciones vulnerables en el ámbito de su organización.	0%	0%	0%	25%	75%	100%
25	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para promover la compra y venta de bienes, servicios, artesanías y/o productos de base local para favorecer el desarrollo endógeno.	0%	0%	0%	40%	60%	100%
26	Es importante que la Agencia de viajes VW Tours adelante acciones para el fortalecimiento de las capacidades económicas de las comunidades de los destinos turísticos donde opera.	0%	0%	5%	35%	60%	100%
27	Es importante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones para minimizar los riesgos a proveedores, colaboradores y clientes en sus instalaciones.	0%	0%	0%	35%	65%	100%
28	Es relevante que la Agencia de Viajes VW Tours adelante acciones en los destinos turísticos que opera y/o comercializa, para minimizar los riesgos asociados a la prestación de sus servicios turístico protegiendo a los viajeros.	0%	0%	0%	30%	70%	100%
29	La Agencia de viajes VW Tours debe exigir a sus proveedores el cumplimiento de las normas de seguridad en la prestación de sus servicios.	0%	0%	0%	25%	75%	100%
30	Es importante que la agencia de viajes informe a sus clientes sobre las recomendaciones relacionadas con la seguridad en los destinos que van a visitar.	0%	0%	0%	35%	65%	100%

**Anexo 5. Matriz de requisitos legales**

	<b>NTS TS 003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>MATRIZ DE REQUISITOS LEGALES</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>			<b>Código</b>	VW-MRL
	Gerencia General				
<b>TEMA</b>	<b>TIPO</b>	<b>NÚMERO Y FECHA</b>	<b>AUTORIDAD</b>	<b>DISPOSICIÓN</b>	
Sostenibilidad	Resolución	3860 de 2015	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Para renovar el Registro Nacional de Turismo (RNT) en 2017 se debe implementar y autoevaluar el cumplimiento de los requisitos de la norma técnica.	
Turismo sostenible.	Decreto	646 de 2021	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo Sostenible “Unidos por la Naturaleza”	
Nueva Ley de Turismo en Colombia	Ley	2068 de 2020 (LEY 2068, 2020)	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Implementación de medidas para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atracciones turísticos en Colombia	
Guionaje turístico	Decreto	1053 de 2020	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por medio del cual se reglamenta el guionaje turístico y su ejercicio, se sustituye la Sección 10 del Capítulo 4 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2, modifica el artículo 2.2.4.1.2.7. y se deroga el artículo 1.1.3.7. del Decreto 1074 de 2015.	
Sello de Calidad	Resolución	576 de 2020	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Crea el sello de calidad “Check In Certificado”, establece requisitos y las condiciones para obtener su uso.	
Prevención de explotación, pornografía y el turismo sexual con menores	Ley	679 de 2001	Congreso de la República	Se expide un estatuto para prevenir y contrarestar la explotación, la pornografía y el Turismo Sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución	


	<b>NTS TS 003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>MATRIZ DE REQUISITOS LEGALES</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>			<b>Código</b>	VW-MRL
	Gerencia General				
<b>TEMA</b>	<b>TIPO</b>	<b>NÚMERO Y FECHA</b>	<b>AUTORIDAD</b>	<b>DISPOSICIÓN</b>	
Lucha contra la Explotación, la Pornografía y el Turismo Sexual con niños, Niñas y Adolescentes	Ley	1336 de 2009	Congreso de la Republica	Por la cual se adiciona la ley 679 de 2001, de lucha contra la Explotación, la Pornografía y el Turismo Sexual con niños, Niñas y Adolescentes	
Contribución parafiscal	Decreto	1036 de 2007	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la contribución parafiscal para la promoción del Turismo que se refiere la Ley 1101 de 2006	
Código de Conducta	Resolución	3840 de 2009	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por el cual se establece el código de conducta contemplado en el artículo 1 de la Ley 1336 del 21 de Julio del 2009 y de dictan otras disposiciones	
Responsabilidad en la prestación de servicios turísticos	Decreto	2438 de 2010	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por el cual se dictan unas disposiciones en las que las agencias de viajes deben incurrir acerca de sus responsabilidades en la prestación de servicios turísticos	
Estatuto del Consumidor	Ley	1480 de 2011	Congreso de la República	Se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones	
Exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos	Decreto	2646 de 2013	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos	
Inscripción y actualización del RNT	Resolución	0477 de 2017	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por la cual se establece un plazo para ajustar las herramientas tecnológicas para la inscripción y actualización del RNT	

	<b>NTS TS 003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>MATRIZ DE REQUISITOS LEGALES</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>			<b>Código</b>	VW-MRL
	Gerencia General				
<b>TEMA</b>	<b>TIPO</b>	<b>NÚMERO Y FECHA</b>	<b>AUTORIDAD</b>	<b>DISPOSICIÓN</b>	
Conformación Consejo Nacional de Seguridad Turística	Decreto	335 de 2017	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Por el cual se modifican los artículos 1,3,5 y 7 del decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la ley 1558 de 2012.	

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 6. Procedimiento de identificación, evaluación y actualización de requisitos legales**

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN, EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE REQUISITOS LEGALES</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>	<b>Código</b>	VW-PIEARL
	Gerencia General		
<p><b>OBJETIVO:</b> Asegurar que la Agencia de viajes VW Tours cumpla con todos los requisitos legales que regulan la prestación de sus servicios, garantizando que permanezcan actualizados con la normatividad vigente, en materia ambiental, económica, cultural y turística.</p>			
<p>1. Identificación de legislación.</p>			
<p>La gerencia de la Agencia de viajes VW Tours identificará de manera constante los requisitos legales aplicables al funcionamiento de las agencias de viaje, definidos por las autoridades competentes en el municipio de Garzón, el departamento del Huila y en Colombia, en los aspectos turísticos, ambientales, culturales, económicos y laborales.</p>			
<p>2. Las fuentes para identificar los requisitos turísticos son:</p>			
Constitución Política de Colombia.			
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.			
Ley General de Turismo.			
ANATO (Asociación Colombiana Agencias de Viajes y Turismo).			
Gobernación del Huila			
Alcaldía Municipal de Garzón.			
<p>3. Las fuentes para identificar los requisitos medioambientales son:</p>			
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.			
Secretaría de Cultura y Turismo Gobernación del Huila			
Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural Municipio de Garzón			
Corporación Autónoma Regional de Alto Magdalena			
<p>4. Las fuentes para identificar los requisitos culturales son:</p>			
Ministerio de Cultura.			

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>PROCEDIMIENTO DE IDENTIFICACIÓN, EVALUACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE REQUISITOS LEGALES</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>	<b>Código</b>	VW-PIEARL
	Gerencia General		
Secretaría de Cultura y Turismo Gobernación del Huila.			
Secretarías de Educación y Cultura Garzón Huila.			
Universidad Surcolombiana			
Gestores culturales.			
5. Las fuentes para identificar los requisitos económicos son:			
Ministerio u oficinas de trabajo.			
Banco de la República.			
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.			
6. Las fuentes para identificar los requisitos laborales son:			
Ministerio u oficinas de trabajo.			
Servicio público de empleo.			
7. La gerencia debe estar consultando constantemente las diferentes fuentes de generación de requisitos, para identificar cambios y actualizaciones que afecten las operaciones de la agencia de viajes.			
8. La gerencia debe propender por el cumplimiento de la legislación vigente, al igual que por denunciar las irregularidades en su cumplimiento, especialmente las que atenten contra el patrimonio cultural, natural y la integridad social.			

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 7. Lista de chequeo de requisitos legales**

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>LISTA DE CHEQUEO DE REQUISITOS LEGALES</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>	<b>Código</b>	VW-LCRL
	Gerencia General		
<b>REQUISITO LEGAL</b>	<b>EVALUACIÓN</b>		<b>ACCIÓN</b>
	CUMPLE / SÍ	CUMPLE / NO	
Registro mercantil	X		Será revisado anualmente. por parte de la gerencia.
Registro Nacional de Turismo	X		Será revisado anualmente. por parte de la gerencia.
RUT	X		Será revisado anualmente. por parte de la gerencia.

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 8. Política de turismo sostenible en español**

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>POLÍTICA DE TURISMO SOSTENIBLE</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b> Líder de Sostenibilidad	<b>Código</b>	VW-PTS

Conscientes de la importancia de mantener un desarrollo turístico sostenible, y asumidos los principios adoptados específicamente en la Norma Técnica Sectorial NTS–TS 003, la Agencia de Viajes VW Tours se compromete a llevar a cabo una gestión sostenible de sus actividades, mediante la adopción de compromisos orientados a prevenir, eliminar o reducir el impacto de nuestras instalaciones y actividades en los destinos que ofertamos en nuestro portafolio de servicios, así como optimizar la sostenibilidad de la Agencia de Viajes VW Tours, mejorando su comportamiento con el entorno. En ese mismo sentido, nuestra Agencia de Viajes VW Tours ha adoptado la siguiente política de turismo sostenible, mediante la cual se compromete a cumplir los requisitos establecidos en la Norma Técnica Sectorial NTS–TS 003, que incluye, entre otros, los requerimientos legales que regulan los efectos generados por la actividad turística.

Así mismo, nos comprometemos a motivar y capacitar a nuestro personal con acciones formativas y de concientización sobre los principios del turismo sostenible, promoviendo las buenas prácticas medioambientales en el entorno y su importancia. Uno de nuestros principales objetivos es perfeccionar la gestión sostenible, asumiendo los compromisos de mejora continua en todos los ámbitos de la sostenibilidad: sociocultural, económico y ambiental, así como en la satisfacción del cliente. Para ello, se someterán los



proyectos de futuras ampliaciones de las instalaciones o actividades a criterios de sostenibilidad y eficiencia en el uso de recursos, propendiendo por su equilibrio y se trabajará por el compromiso en la prevención de la explotación sexual, la explotación a la flora y la fauna en los destinos donde se opera y a la promoción de buenas prácticas medioambientales como la gestión adecuada de residuos y el ahorro de agua y energía.

Se asegurará el cumplimiento de esta política de turismo sostenible mediante el seguimiento y monitoreo constante, para mantener su actualización siempre que las circunstancias lo requieran, adoptando y publicando en ambos casos nuevos objetivos de sostenibilidad basados en la normatividad vigente.

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 9. Política Turismo Sostenible en idioma inglés**

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>SUSTAINABLE TOURISM POLICY</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSIBLE</b> Líder de Sostenibilidad	<b>Código</b>	VW-PTS


Aware of the importance of maintaining a sustainable tourism development, and assuming the principles specifically adopted in the Sectoral Technical Standard NTS TS 003, VW Tours Travel Agency is committed to carry out a sustainable management of its activities, through the adoption of commitments aimed at preventing, eliminating or reducing the impact of our facilities and activities in the destinations we offer in our portfolio of services, as well as optimizing the sustainability of VW Tours Travel Agency, improving its behavior with the environment. In the same sense, our Travel Agency VW Tours has adopted the following sustainable tourism policy, through which it is committed to meet the requirements established in the Sectoral Technical Standard NTS TS 003, which includes, among others, the legal requirements that regulate the effects generated by tourism activities.


Likewise, we are committed to motivate and train our staff with training and awareness actions on the principles of sustainable tourism, promoting good environmental practices in the environment and its importance. One of our main objectives is to improve sustainable management, assuming the commitments of continuous improvement in all areas of sustainability: socio-cultural, economic and environmental, as well as customer satisfaction. To this end, projects for future expansions of facilities or activities will be subject to criteria of sustainability and efficiency in the use of resources, striving for balance and working for the commitment to prevent sexual


exploitation, the exploitation of flora and fauna in the destinations where we operate and the promotion of good environmental practices such as proper waste management and water and energy saving.


Compliance with this sustainable tourism policy will be ensured through constant follow-up and monitoring, in order to keep it updated whenever circumstances so require, adopting and publishing new sustainability objectives based on current regulations.


**Anexo 10. Matriz de evaluación de impactos**

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS				
EJE	IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE AFECTEN LA SOSTENIBILIDAD	VALORACIÓN	PRIORIDAD DE ATENCIÓN	ACTUACIÓN
AMBIENTAL	Patrimonio natural	1	Alta	Incorporar los requisitos ambientales en relación con el patrimonio natural: La agencia de viajes VW Tours debe sensibilizar y concientizar a los turistas acerca de la importancia del cuidado del patrimonio natural y cultural de los destinos turísticos que oferta para promover su preservación desde un enfoque de desarrollo sostenible que mantenga su equilibrio con el entorno.
	Uso eficiente del agua	1	Alta	Uso eficiente del agua: Con el desarrollo de sus operaciones, la agencia de viajes VW Tours debe velar porque sus funcionarios y

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS				
EJE	IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE AFECTEN LA SOSTENIBILIDAD	VALORACIÓN	PRIORIDAD DE ATENCIÓN	ACTUACIÓN
				clientes, implementen prácticas de uso eficiente del agua para aportar a su conservación como recurso renovable que es escaso y vulnerable.
	Uso eficiente de energía	1	Alta	Uso eficiente de la energía: Priorizar el uso de luces led y desarrollar un plan donde se establezcan estrategias de capacitación acerca de la importancia del uso eficiente de la energía, promoviendo el conteo de indicadores de consumo para establecer propuestas de mejora que favorezcan su uso.
	Gestión de residuos	1	Alta	Gestión de residuos: Llevar un registro de la cantidad mensual y tipo de residuos que se generan en las labores asociadas a las operaciones de la agencia de viajes, para favorecer prácticas de separación en la fuente que permitan hacer un buen reciclaje y por ende aprovechamiento de los residuos con potencial aprovechable a partir de campañas de sensibilización y/o capacitación.


MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS				
EJE	IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE AFECTEN LA SOSTENIBILIDAD	VALORACIÓN	PRIORIDAD DE ATENCIÓN	ACTUACIÓN
	Material publicitario	1	Alta	Gestión de material publicitario: En atención a las nuevas tendencias del mercado que promueven cada vez más los canales digitales, se considera que la agencia de viajes debe tener en cuenta estrategias que permitan la elaboración de material publicitario mediante los principales medios digitales que propician el relacionamiento con sus <i>stakeholders</i> , como las redes sociales, cuentas de correo electrónico, material audiovisual, entre otros, para realizar sus actividades de operatividad, promoción e información favoreciendo el cuidado de los recursos naturales y la gestión del tiempo.
SOCIO CULTURAL	Liderar, apoyar o promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas enfocadas a la prevención del comercio y explotación sexual de	2	Media	Diseñar y publicar un código de conducta donde se demuestre el compromiso de la agencia de viajes frente a la prevención de la explotación sexual y comercial de niñas, niños y adolescentes (ESCNNA). Generar actividades de sensibilización y capacitación a

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS				
EJE	IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE AFECTEN LA SOSTENIBILIDAD	VALORACIÓN	PRIORIDAD DE ATENCIÓN	ACTUACIÓN
	menores de edad, y denunciar los casos según la legislación vigente			empleados para ayudar a promover la prevención de la explotación sexual y comercial de niñas, niños y adolescentes (ESCNNA).
	Patrimonio cultural	1	Alta	Informar a los turistas sobre los atractivos turísticos de los destinos ofertados por la agencia de viajes a través de material digital.
ECONÓMICO	Contratación y generación de empleo	1	Alta	Fortalecimiento a la contratación y generación de empleo: Priorizar la contratación de mano de obra local para aportar al desarrollo endógeno de las regiones donde la agencia de viajes tiene operación.
	Capacitación de las comunidades locales	1	Alta	Fortalecimiento a la capacitación de las comunidades locales: Promover instancias de capacitación y desarrollo dirigidas a los habitantes de las regiones donde la agencia de viajes tiene operación, que brinden mecanismos e instrumentos a las comunidades que favorezcan su autogestión y desarrolle el


MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS				
EJE	IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE AFECTEN LA SOSTENIBILIDAD	VALORACIÓN	PRIORIDAD DE ATENCIÓN	ACTUACIÓN
				sentido de pertenencia regional.
	Beneficios indirectos	3	Baja	Generación de beneficios indirectos: Establecer alianzas estratégicas comerciales u operacionales con empresas en los destinos turísticos que aporten al desarrollo del turismo sostenible en el país.

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 11. Procedimiento de monitoreo y seguimiento**


	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>PROCEDIMIENTO DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>	<b>Código</b>	VW-PMS
	Líder de Sostenibilidad		
1. <b>OBJETIVO:</b> describir los requisitos y los responsables para realizar monitoreo y seguimiento de los programas, objetivos y metas de sostenibilidad dentro de la Agencia de Viajes VW Tours.			
2. <b>ALCANCE:</b> este procedimiento es aplicable al monitoreo y seguimiento del sistema de gestión de la sostenibilidad de la agencia de viajes VW Tours.			
3. <b>DEFINICIONES:</b>			
Seguimiento: supervisión del comportamiento de las mediciones en un periodo.			
Medición: proceso que consiste en estimar el resultado de cierta estrategia durante un periodo determinado.			
4. <b>RESPONSABLE</b>			
El responsable del procedimiento es la gerencia y el líder de sostenibilidad.			
5. <b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>			
5.1 <b>Monitoreo y seguimiento de programas</b>			
La gerencia de la agencia de viajes VW Tours junto con su líder de sostenibilidad, deberá hacer monitoreo de los programas establecidos en la agencia, para confirmar que las actividades definidas en ellos se están llevando a cabo de acuerdo a lo establecido en su estrategia.			
Este monitoreo se realizará periódicamente una vez cada mes, y deberá confirmar la realización de las actividades descritas en los programas visitando las áreas objeto del programa, para lo cual se deberá generar un acta del monitoreo para realizar su validación.			



	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>PROCEDIMIENTO DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b>	<b>Código</b>	VW-PMS
	Líder de Sostenibilidad		
<p>El seguimiento de los programas lo debe efectuar el líder de sostenibilidad una vez cada tres meses, asegurándose de que las actividades de todos los programas se llevan a cabo y en el caso que se encuentre que un programa no se está desarrollando, se deberán establecer las estrategias necesarias para asegurar su ejecución.</p>			
<p><b>5.2 Monitoreo y seguimiento de los objetivos y metas</b></p>			
<p>Es responsabilidad de la gerencia de la agencia de viajes y el líder de sostenibilidad hacer monitoreo y seguimiento mensual de las metas propuestas, y determinar cuales se están cumpliendo.</p>			


Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 12. Formato análisis del impacto de compras**

	NTS TS 003						Fecha			Octubre-2021		
	FORMATO ANÁLISIS DEL IMPACTO DE COMPRAS						Versión			0		
	RESPONSABLE						Código			VW-FAIC		
	Gerencia General											
Nombre del proveedor	Tipo de servicio y/o vínculo comercial	Impacto sobre la sostenibilidad			Reg. Nacional de turismo		Sistema de gestión de sostenibilidad			Proveedor aprobado		
		Ambiental	Socio- cultural	Económico	No	Sí	No	En proceso	Sí	Certificación	No	Sí
Cootranshuila	Transporte terrestre					X						X
OnVacation	Paquete turístico Amazonas					X						X
Hotel	Servicio de hospedaje					X						X
Restaurante	Servicio de Alimentación					X						X
Piscilagos	Atracciones turísticas					X						X
Parque Tayrona	Atractivo natural					X						X
Hacienda el Paraíso	Atractivo natural					X						X
Basílica el Señor de los Milagros	Atractivo religioso					X						X
Zoológico de Cali	Atractivo natural					X						X
Parque Lago Calima	Atractivo natural					X						X
Hacienda Nápoles	Atracciones turísticas					X						X
Guatapé	Atractivo natural					X						X

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 13. Formato acta de reunión**


	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	<b>Octubre-20211</b>
	<b>ACTA DE REUNIÓN</b>	<b>Versión</b>	<b>1</b>
	<b>RESPONSABLE</b> <b>Líder de Sostenibilidad</b>	<b>Código</b>	<b>VW-AR</b>
ACTA No. 1	ASISTENTES		
FECHA 17 de octubre de 2021	Líder del sistema de gestión de sostenibilidad. Colaboradores.		
HORA 8:00 a.m.	INVITADOS:		
LUGAR: Agencia de viajes VW Tours.	Stakeholders		
<b>ORDEN DEL DÍA:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llamado a lista y verificación del quórum.</li> <li>2. Lectura y aprobación del acta anterior.</li> <li>3. Temas a tratar: Nombramiento del líder de sostenibilidad y definición de responsabilidad, deberes de los cargos en el sistema de gestión de sostenibilidad turística de la Agencia de Viajes VW Tours.</li> <li>4. Varios.</li> <li>5. Cierre y conclusiones de la reunión.</li> </ol>			
<b>DESARROLLO:</b>			
Se presente al líder del Sistema de gestión de la sostenibilidad para la agencia de viajes, quien será el responsable de la implementación de la NTS TS 003, quien cuenta con autoridad y autonomía para el éxito del proceso.			
<b>COMPROMISOS:</b>			
El líder acepta hacerse cargo del proceso de implementación del sistema de gestión de sostenibilidad turística de la agencia de viajes y velar por su correcto desarrollo.			
<b>TAREA(S)</b>		<b>RESPONSABLE(S)</b>	<b>FECHA(S)</b>
Realizar seguimiento y control a las metas y objetivos propuestos en cada uno de los programas diseñados en el sistema de gestión.		Líder de sostenibilidad	Mensual

---

Capacitar al personal de la agencia de viajes sobre los compromisos adquiridos por la organización sobre las acciones orientadas a la sostenibilidad.	Líder de sostenibilidad	Trimestral
Supervisar el debido cumplimiento de los requisitos que exige la norma.	Líder de sostenibilidad	Mensual

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 14. Formato programa de sensibilización e información**

	<b>NTS TS 003</b>		<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>FORMATO DEL PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN</b>		<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b> Líder de Sostenibilidad		<b>Código</b>	VW-FPSI
Área de información	Tema de formación	Participantes		
Todo el personal de la agencia de viajes	Sostenibilidad de la política de sostenibilidad	Todos		
Ventas	Sociocultural	Asesor comercial		
Evidencias de sensibilización: listas de asistencia, registro fotográfico, otras que se consideren durante los eventos.				


Fuente: Elaboración propia (2021).


**Anexo 15. Formato plan de capacitación**

	<b>NTS TS 003</b>		<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>FORMATO PLAN DE CAPACITACIÓN</b>		<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b> Líder de Sostenibilidad		<b>Código</b>	VW-FPC
<b>PLAN DE CAPACITACIÓN SEMESTRE I – 2022</b>				
<b>PARTICIPANTE</b>	<b>TEMA DE CAPACITACIÓN</b>	<b>INSTRUCTOR</b>	<b>FECHA</b>	<b>FIRMA</b>
<i>Stakeholders</i> (funcionarios, clientes y proveedores)	Política y programas de sostenibilidad	Líder de la sostenibilidad	Febrero de 2022	
<i>Stakeholders</i> (funcionarios, clientes y proveedores)	Acciones responsables para el desarrollo sostenible	Líder de la sostenibilidad	Marzo de 2022	
<i>Stakeholders</i> (funcionarios, clientes y proveedores)	Requisitos legales sobre patrimonio natural, cultural y social.	Líder de la sostenibilidad	Marzo de 2022	

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 16. Listado maestro de documentos**

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>LISTADO MAESTRO DE DOCUMENTOS</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b> Líder de sostenibilidad	<b>Código</b>	VW-LMD
<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO</b>			
<p>LISTADO MAESTRO DE DOCUMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de Chequeo de Requisitos Legales</li> <li>• Procedimiento de Identificación, Evaluación y Actualización de Requisitos Legales</li> <li>• Matriz de Evaluación de Impactos</li> <li>• Política de sostenibilidad de la agencia de viajes</li> <li>• Programa de Flora y Fauna</li> <li>• Programa de Uso Eficiente del Agua</li> <li>• Programa de Uso Eficiente de la Energía</li> <li>• Programa de Gestión de Residuos Sólidos</li> <li>• Programa de Material Publicitario</li> </ul>			

	<b>NTS TS 003</b>	<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>LISTADO MAESTRO DE DOCUMENTOS</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>RESPONSABLE</b> Líder de sostenibilidad	<b>Código</b>	VW-LMD
<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de Conservación y Uso</li> <li>• Programa de Prevención de Riesgos Sociales</li> <li>• Programa de Contratación y Generación de Empleo</li> <li>• Programa de Aporte al Mejoramiento de las Capacidades de las Comunidades</li> <li>• Programa de Seguridad</li> <li>• Código de Conducta de Prevención de la ESCNNA</li> </ul>			

Fuente: Elaboración propia (2021).




### Anexo 17. Ciclo de Mejora



Fuente: Modificado de MINCIT (2021) Ciclo PHVA

**Anexo 18. Programa de flora y fauna**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	Octubre-2021
	<b>Programa de flora y fauna</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PFF
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Identificación de las entidades locales y regionales que promuevan la protección de los recursos naturales (flora y fauna).	Apoyo ambiental.	Marzo y abril de 2022.	Identificación por medio de consulta a con la autoridad ambiental nacional.  Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.	Humano.	Conocer las entidades locales y regionales de protección y administración de los bienes de patrimonio natural. en los destinos turísticos ofertados.
Identificación de los recursos de flora y fauna de interés en cada uno de los destinos turísticos ofertados por VW Tours.	Apoyo Ambiental.	Marzo y abril de 2022.	Identificación por medio de consulta a la con las entidades ambientales de los	Humano.	Conocer el patrimonio natural local de los destinos turísticos

			<p>sitios de interés (Corporaciones autónomas y parque nacionales naturales)</p> <p>Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.</p>		<p>ofertados con el fin de promover su visita y aportar a su protección y conservación.</p>
<p>Campañas preventivas en contra del tráfico ilícito de flora y fauna.</p>	<p>Coordinador Comercial y de Operaciones.</p> <p>Apoyo Ambiental.</p>	<p>A partir de mayo de 2022.</p> <p>Se realiza continuamente de acuerdo con los viajes y destinos programados.</p>	<p>Medios digitales con Piezas publicitarias de las campañas de los servicios ofrecidos por VW Tours.</p>	<p>Humano.</p>	<p>Contribuir con la prevención del tráfico de flora y fauna.</p>
<p>Capacitaciones semestralmente al personal que labora en la agencia de viajes, dando</p>	<p>Apoyo Ambiental</p>	<p>A partir de junio de 2022.</p>	<p>Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante</p>	<p>Humano.</p>	<p>Fortalecer los conocimientos del personal en lo relacionado con la</p>

enfoque en la normatividad contra tráfico de flora y fauna			presentaciones magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.		protección y tráfico de flora y fauna.
Sensibilización de los turistas en cada venta de los paquetes turísticos mediante una charla sobre la importancia de la protección y la conservación del patrimonio natural, así como las pautas a para evitar en tráfico de flora y fauna en los destinos turísticos.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo Ambiental.	A partir de julio de 2022.	Información verbal.  Registro de capacitaciones recibidas a clientes y posibles clientes.	Humano.	Sensibilización de los turistas.
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
Directorio turístico con la información del patrimonio natural y de las entidades locales y regionales encargadas de proteger los recursos de flora y fauna en los destinos turísticos.					1
(Número de paquetes turísticos vendidos asociados a campañas de promoción de una oferta turística comprometida con la protección del patrimonio natural / Número total de paquetes turísticos vendidos a destinos con bienes de patrimonio natural) * 100					100%

(Número de personas que labora en la agencia de viajes capacitadas en temas de la normatividad contra tráfico de flora y fauna / Número total de empleados de la agencia de viajes) * 100		100%
(Número de ventas de paquetes que tuvieron charla de sensibilización a los turistas sobre la importancia de la protección del patrimonio natural y evitar en tráfico de flora y fauna en los destinos turísticos/ Número total de ventas de paquetes turísticos) * 100		100%
Número de quejas relacionadas con la afectación negativa a patrimonio natural en los destinos ofertados.		0
<b>Revisado y aprobado:</b>		
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad
		_____

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 19. Programa de uso eficiente del agua**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de uso eficiente del agua</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PUEA
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Brindar la información a turistas y proveedores sobre el compromiso de la Agencia de Viajes en lo relacionado con el uso eficiente del agua.	Coordinador Comercial y de Operaciones.  Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.  Se realiza continuamente de acuerdo con los viajes y destinos programados.	Medios digitales con Piezas publicitarias de las campañas de los servicios ofrecidos por VW Tours.	Humano.	Sensibilizar a clientes y proveedores en el uso eficiente del agua.
Capacitaciones semestralmente al personal que labora en la Agencia de Viajes, dando enfoque en el uso eficiente del agua.	Apoyo Ambiental.	A partir de junio de 2022.	Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones	Humano.	Fortalecer los conocimientos del personal en lo relacionado con el

			magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.		uso eficiente del agua
Registrar consumo mensual agua.	Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.	Facturación servicio de agua Formato para registro de consumo de agua.	Humano.	Contar con indicador de consumo de energía agua para establecer acciones de mejora continua.
Revisar continuamente el estado de los grifos y baterías con el fin de prevenir fugas de agua y poder realizar mantenimientos preventivos y correctivos pertinentes.	Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.  Revisión mensual.	Medios físicos.  Registro de inspección.	Humano. Técnico.	Fortalecer los conocimientos del personal en lo relacionado con el uso eficiente del agua.
Sensibilización de los turistas en cada venta de los paquetes turísticos mediante una charla sobre la importancia del uso eficiente del agua en las	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo Ambiental	A partir de julio de 2022.	Información verbal.  Registro de capacitaciones	Humano.	Sensibilización de los turistas.

instalaciones de la agencia y en los destinos turísticos.			recibidas a clientes y posibles clientes.		
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
(Número de campañas publicitarias relacionadas con el uso eficiente del agua realizadas / Número total de campañas publicitarias relacionadas con el uso eficiente del agua programadas) * 100					100%
(Número de personas que labora en la agencia de viajes capacitadas en temas de uso eficiente del agua / Número total de empleados de la agencia de viajes) * 100					100%
(Número de revisiones realizadas a grifos y baterías sanitarias / Número de revisiones planeadas a grifos y baterías sanitarias) * 100					100%
(Número de fugas y daños corregidos en a grifos y baterías sanitarias / Número de fugas y daños identificados en revisiones realizadas a grifos y baterías sanitarias) * 100					100%
(Consumo de agua del período del año anterior en m <sup>3</sup> - Consumo de agua período del año actual m <sup>3</sup> / Consumo del período del año anterior m <sup>3</sup> ) * 100					1% Disminución en el consumo de agua respecto al periodo del año anterior
(Número de ventas de paquetes que tuvieron charla de sensibilización a los turistas sobre la importancia del uso eficiente del agua en las instalaciones de la agencia y en los destinos turísticos / Número total de ventas de paquetes turísticos) * 100					100%
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad		_____	

Fuente: Elaboración propia (2021).



**Anexo 20. Programa de uso eficiente de la energía**


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de uso eficiente de la energía</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PUEE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Brindar la información a turistas y proveedores sobre el compromiso de la Agencia de Viajes en lo relacionado con el uso eficiente de la energía.	Coordinador Comercial y de Operaciones.  Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.  Se realiza continuamente de acuerdo con los viajes y destinos programados	Medios digitales con Piezas publicitarias de las campañas de los servicios ofrecidos por VW Tours.	Humano.	Informar a turistas y proveedores sobre el compromiso de la Agencia de Viajes respecto al uso eficiente de la energía.
Instalación de iluminarias ahorradoras de energía en las instalaciones de la sede administrativa de la Agencia de Viajes.	Coordinador Administrativo	A partir de julio de 2022.	Iluminarias ahorradoras.	Humanos. Técnico.	Instalar iluminarias ahorradoras en el primer año de aprobación del programa

Registrar consumo mensual de energía	Apoyo Ambiental	A partir de marzo de 2022.	Facturación de servicio de energía Formato para registro de consumo de energía.	Humano.	Contar con indicador de consumo de energía eléctrica para establecer acciones de mejora continua.
Capacitaciones semestralmente al personal que labora en la Agencia de Viajes, dando enfoque en el uso eficiente de la energía	Apoyo Ambiental	A partir de junio de 2022.	Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.	Humano.	Fortalecer los conocimientos del personal en lo relacionado con el uso eficiente de la energía.
Sensibilización de los turistas en cada venta de los paquetes turísticos mediante una charla sobre la importancia del uso eficiente	Coordinador comercial.  Apoyo Ambiental.	A partir de julio de 2022.	Información verbal. Registro de capacitaciones	Humano.	Sensibilización de los turistas.

de la energía en las instalaciones de la agencia y en los destinos turísticos.					
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
(Número de campañas publicitarias relacionadas con el uso eficiente de la energía realizadas / Número de campañas publicitarias relacionadas con el uso eficiente de la energía realizadas programadas) * 100					100%
(Número de personas que laboran en la agencia de viajes capacitadas en temas de uso eficiente de la energía / Número total de empleados de la agencia de viajes) * 100					100%
(Número de luminarias ahorradoras instaladas / Número total de luminarias de la sede administrativa de la agencia de viajes) * 100					100%
(Consumo de energía del período del año anterior en kw - Consumo de energía período del año actual en kw / Consumo de energía del período del año anterior kw) * 100					1% de Disminución en el consumo de energía respecto al periodo del año anterior
(Número de ventas de paquetes que tuvieron charla de sensibilización a los turistas sobre la importancia del uso eficiente de la energía en las instalaciones de la agencia y en los destinos turísticos / Número total de ventas de paquetes turísticos) * 100					100%
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia		Líder de sostenibilidad			_____

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 21. Programa de gestión de residuos sólidos**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de gestión de residuos sólidos</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PGRS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Identificar los tipos de residuos que se generan tanto en la sede administrativa como en los medios de transporte que contrata la Agencia de Viajes.	Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.  Un informe semestral.	Procedimientos establecidos por la Agencia de Viajes.	Humano. Técnico.	Cantidad y tipo de residuos generados por semestre.

Brindar la información a turistas y proveedores sobre el compromiso de la Agencia de Viajes en lo relacionado con la gestión integral de los residuos sólidos.	Coordinador Comercial y de Operaciones.  Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.  Se realiza continuamente de acuerdo con los viajes y destinos programados.	Medios digitales con Piezas publicitarias de las campañas de los servicios ofrecidos por VW Tours.	Humano.	Informar a turistas y proveedores sobre el compromiso de la Agencia de Viajes respecto a la gestión integral de residuos sólidos.
Contar con punto ecológico en la sede administrativa de acuerdo con el código de colores vigente (Recipientes negro, verde y blanco).	Representante legal agencia de viajes.  Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.	Los establecidos por la Norma.	Humano. Técnico.	Disponer adecuadamente los residuos sólidos con el fin de fortalecer la separación en la fuente.
Implementar estrategias de gestión de residuos durante el transporte a los sitios turísticos y dar cumplimiento	Representante legal de VW Tours.  Apoyo Ambiental.	A partir de marzo de 2022.	Los establecidos por la Norma.	Humano. Técnico.	Disponer adecuadamente los residuos sólidos con el fin

<p>a los planes de manejo integral de los sitios como hoteles, restaurantes y parques que cuenten con este requisito ambiental, en caso de que no cuenten con este la agencia de viajes implementara una estrategia de gestión de los residuos.</p>					<p>de fortalecer la separación en la fuente y su gestión adecuada en los sitios turísticos.</p>
<p>Capacitaciones semestralmente al personal que labora en la Agencia de Viajes, dando enfoque en la gestión integral de los residuos sólidos.</p>	<p>Apoyo Ambiental.</p>	<p>A partir de junio de 2022.</p>	<p>Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.</p>	<p>Humano.</p>	<p>Fortalecer los conocimientos del personal en lo relacionado con la gestión integral de los residuos sólidos.</p>
<p>Sensibilización de los turistas en cada venta de los paquetes turísticos mediante</p>	<p>Coordinador comercial y de operaciones.</p>	<p>A partir de julio de 2022.</p>	<p>Información verbal.</p>	<p>Humano.</p>	<p>Sensibilización de los turistas.</p>


una charla sobre la importancia la gestión integral de los residuos sólidos en las instalaciones de la agencia y en los destinos turísticos.	Apoyo Ambiental.		Registro de capacitaciones recibidas a clientes y posibles clientes.		
Indicador					Meta
Documento con la identificación de los tipos de residuos que se generan tanto en la sede administrativa como en los medios de transporte que contrata la Agencia de Viajes.					1
(Número de campañas publicitarias relacionadas con la gestión integral de los residuos sólidos realizadas / Número total de campañas publicitarias relacionadas con la gestión integral de los residuos sólidos programadas) * 100					100%
Punto ecológico en la sede administrativa de VW Tours de acuerdo con el código de colores vigente (Recipientes negro, verde y blanco).					1
(Número de estrategias de gestión de residuos en el transporte y en sitios turísticos implementadas / Número total de estrategias de gestión de residuos en el transporte y en sitios turísticos programadas) * 100					100%
(Número de personas que labora en la agencia de viajes capacitadas en temas de gestión integral de los residuos sólidos / Número total de empleados de la agencia de viajes) * 100					100%
(Número de ventas de paquetes que tuvieron charla de sensibilización a los turistas sobre la importancia la gestión integral de los residuos sólidos en las instalaciones de la agencia y en los destinos turísticos / Número total de ventas de paquetes turísticos) * 100					100%

(Número de Informes de la gestión integral de residuos sólidos en la sede administrativa de la agencia de viajes / Número de meses laborados) * 100		100%
(Número de Informes de la gestión integral de residuos sólidos en paquetes turísticos / Número total de paquetes turísticos ejecutados) * 100		100%
<b>Revisado y aprobado:</b>		
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad
		_____

Fuente: Elaboración propia (2021).



**Anexo 22. Programa de manejo de material publicitario**


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de manejo de material publicitario</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PMMP
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Creación de una página web propia para la agencia de viajes.	Coordinador comercial y de operaciones	A partir de marzo de 2022	Dominio en plataforma tecnológica.	Humanos Técnicos	Crear de una página web propia para la agencia de viajes.
Elaboración de material publicitario digital, que contenga la descripción de los sitios turísticos, los requisitos de sostenibilidad y las tarifas y planes.	Coordinador comercial y de operaciones	A partir de marzo de 2022	Medios digitales tales como: Página web propia Correos electrónicos Facebook Instagram WhatsApp	Humanos Técnicos	Contar con información digital detallada y disponible de manera permanente para los clientes en relación con el sistema de sostenibilidad.


Uso restringido del papel solo a documentos que requieran firmas o soportes en físico	Representante legal agencia de viajes	A partir de marzo de 2022	Medios digitales tales como: Página web propia Correos electrónicos Facebook Instagram WhatsApp	Humanos Técnicos	Limitar el consumo de papel en las actividades de la empresa.
Creación de contenido digital tipo video y audio que den soporte al compromiso de la agencia de viajes con los requisitos de sostenibilidad, los cuales se reproducirán durante los viajes como material para la sensibilización.	Representante legal agencia de viajes	A partir de marzo de 2022	Herramientas para la creación de videos.	Humanos Técnicos	Generar contenido digital de soporte para la sensibilización a los usuarios frente a los requisitos de sostenibilidad.
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
Página web propia para la agencia de viajes.					1
(Número de piezas publicitarias digitales / Número de destinos turísticos) * 100					100%
(Consumo de resma de papel del período del año anterior - Consumo de resma de papel del período del año actual / Consumo de resma de papel del período del año anterior) * 100					1% Disminución en el consumo de resma de papel


		respecto al periodo del año inmediatamente anterior	
(Número videos o audios de publicidad sobre los requisitos de sostenibilidad / Número de destinos turísticos) * 100		100%	
<b>Revisado y aprobado:</b>			
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad	_____


Fuente: Elaboración propia (2021).


**Anexo 23. Programa sociocultural**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Identificación de los bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural en cada uno de los destinos turísticos ofertados por VW Tours.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	Marzo y abril de 2022.	Identificación por medio de consulta a la administración local y verificación en sitio.  Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.	Humano.	Conocer el patrimonio cultural local de los destinos turísticos ofertados con el fin de aportar a su protección y promover su visita.
Identificación de las entidades locales que promuevan la protección de los bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural y sus administradores locales.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	Marzo y abril de 2022.	Identificación por medio de consulta a la administración local y verificación en sitio.	Humano.	Conocer las entidades locales de protección y administración de los bienes de patrimonio cultural.


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
			Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.		local de los destinos turísticos ofertados para entablar un adecuado relacionamiento.
<p>Establecer alianzas con las entidades locales de protección y administración de los bienes de patrimonio cultural en los destinos turísticos ofertados por WV Tours, que permitan:</p> <p>Apoyar o liderar campañas para promover el manejo responsable del patrimonio</p>	<p>Coordinador comercial y de operaciones.</p> <p>Apoyo social.</p>	A partir de mayo de 2022.	<p>Concertación de reuniones virtuales o presenciales con las entidades locales de protección y administración de los bienes de patrimonio cultural y materialización de las alianzas por</p>	Humano.	<p>Aportar a la protección del patrimonio histórico-cultural.</p> <p>Promover una oferta turística responsable con características culturales locales.</p>


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
<p>cultural según la legislación vigente, como la Constitución Política de 1991 que consagra el deber del Estado y las personas de proteger las riquezas culturales de la nación principio adoptado por la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997), y la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales.</p> <p>Incorporar los bienes de patrimonio cultural en los paquetes turísticos promoviendo su visita, respeto,</p>			<p>medio de la elaboración de acuerdos, convenios, estrategias, entre otros, para el trabajo conjunto en los destinos turísticos.</p>		


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
cuidado y transferencia del conocimiento histórico-cultural asociado a cada bien material e inmaterial cultural, como artesanías, saberes ancestrales, lenguas y dialectos, gastronomía local, expresiones artísticas y folclóricas, museos, lugares con significados históricos, edificaciones de entidades públicas, edificaciones educativas, edificaciones militares, entre otros.					


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
<p>Capacitar semestralmente a empleados y proveedores de servicios, como son los hoteles, restaurantes y transporte, sobre el relacionamiento respetuoso con las comunidades de los destinos turísticos ofertados, resaltando el valor histórico-cultural de los bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural tales como la gastronomía local, expresiones artísticas y folclóricas, saberes ancestrales, cosmovisión, Lenguas y dialectos, Artesanías entre otros.</p>	<p>Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.</p>	<p>A partir de junio de 2022.</p>	<p>Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.</p>	<p>Humano.</p>	<p>Capacitación de empleados y proveedores.</p>



	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
<p>Manejo responsable de campañas publicitarias y promoción de una oferta turística con características culturales locales, divulgando de manera respetuosa la información sobre los atractivos y actividades asociadas al patrimonio cultural y promoviendo su visita, en el marco del respeto de las comunidades y los bienes, teniendo en cuenta las alianzas con las entidades y administradores locales de los bienes culturales.</p>	<p>Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.</p>	<p>A partir de abril de 2022.</p>	<p>Piezas publicitarias de las campañas de los servicios ofrecidos por VW Tours.</p>	<p>Humano.</p>	<p>Aportar a la protección del patrimonio histórico-cultural.  Difusión de material con información a sensibilizar a los turistas sobre el patrimonio cultural existente en los destinos ofertados por VW Tours.</p>


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
					Promover una oferta turística responsable con características culturales locales.
Sensibilización de los turistas en cada venta de los paquetes turísticos mediante una charla sobre la importancia del respeto, cuidado, apoyo y significado de los bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural específicos, así como las pautas a seguir para el adecuado relacionamiento con las	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de julio de 2022.	Información verbal.  Registro en el contrato del servicio turístico celebrado con los clientes.	Humano.	Sensibilización de los turistas.

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
comunidades del destino a visitar.					
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
Directorio turístico con la información de los bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural y de las entidades locales que promuevan la protección de los bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural con sus administradores locales en los destinos turísticos.					1
(Número de alianzas en ejecución con entidades y administradores locales de bienes de patrimonio cultural / Número total de entidades y administradores locales de bienes de patrimonio cultural en los destinos ofertados) * 100					80%
(Número de empleados y proveedores capacitados en temas de relacionamiento respetuoso con las comunidades y el valor de los bienes de patrimonio cultural / Número total de empleados y proveedores de la agencia de viajes) * 100					100%
(Número de campañas publicitarias que promueven el respeto y la visita a los atractivos de patrimonio cultural realizadas / Número total de campañas publicitarias que promueven el respeto y la visita a los atractivos de patrimonio cultural programadas) * 100					100%

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa sociocultural</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PSC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
(Número de ventas de paquetes a destinos con bienes de patrimonio cultural que tuvieron charla de sensibilización a los turistas / Número total de ventas de paquetes a destinos con bienes de patrimonio cultural) * 100					100%
Número de quejas relacionadas con la afectación negativa a bienes materiales e inmateriales de patrimonio cultural en los destinos ofertados.					0
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad		_____	

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 24. Código de Conducta**


	<b>NTS-TS-003</b>	<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Código de Conducta y prevención de riesgos sociales</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad	<b>Código</b>	VW-CC- PRS


“De acuerdo con lo establecido en la Ley 679 del 03 de agosto de 2001, todas las personas deben prevenir, bloquear, combatir y denunciar la explotación, alojamiento, uso, publicación, difusión de imágenes, textos, documentos, archivos audiovisuales, uso indebido de redes globales de información, o el establecimiento de vínculos telemáticos de cualquier clase, relacionados con material pornográfico o alusivo a actividades de explotación sexual de menores de edad. El incumplimiento de lo anterior podría generar responsabilidad de tipo penal y administrativo” (MINCIT-FONTUR, 2021, pág. 50).

**Política de prevención de la ESCNNA, explotación laboral infantil y discriminación**

En la agencia de viajes VW Tours, comprometida con la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA), la explotación laboral infantil y la discriminación de las comunidades locales en la actividad turística, desarrollamos las siguientes actividades de prevención:


- Se garantiza y verifica que los prestadores de servicios de alojamiento:
- Informen a los huéspedes, por medio de piezas informativas, que en las instalaciones se aplica el artículo 16 de la Ley 679 de agosto 03 de 2001, para protección a menores de edad, de la explotación sexual.

	<b>NTS-TS-003</b>	<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Código de Conducta y prevención de riesgos sociales</b>	<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad	<b>Código</b>	VW-CC- PRS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitan información a los huéspedes y acompañantes de menores de edad, en el registro realizado durante su llegada, acerca de su documento de identidad: pasaporte si es extranjero y cédula de ciudadanía si es nacional.</li> <li>- Para el caso de los menores de edad, solicitan en el registro de llegada tarjeta de identidad o registro civil, con el fin de verificar vínculos que los identifiquen con parentesco de primer grado; en caso de que una persona se aloje con otro pariente menor de edad que no sea su hijo, se informa que debe portar carta de autorización de los padres para alojarse.</li> <li>- No prestan el servicio cuando se tiene sospecha de un caso de abuso sexual a menores, evitan que el cliente se retire e informan inmediatamente a las autoridades.</li> <li>• No se promocionan paquetes turísticos, destinos, imágenes, textos, publicidad, videos u otro medio relacionado con actividades sexuales con menores de edad y adolescentes, explotación laboral infantil o discriminación de comunidades locales; y se verifica que nuestros proveedores de servicios tampoco incurran en estas actividades mediante la revisión de sus portafolios de servicios.</li> <li>• Los paquetes y actividades de turismo promocionados por VW Tours promueven la inclusión y equidad de raza, género, comunidades locales y vulnerables, evitando la discriminación y exclusión.</li> </ul>			


	<b>NTS-TS-003</b>		<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Código de Conducta y prevención de riesgos sociales</b>		<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad		<b>Código</b>	VW-CC- PRS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Se capacita y sensibiliza constantemente a empleados, proveedores de servicios y clientes, respecto a la importancia de la prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil, discriminación y la normatividad vigente aplicable.</li> </ul>				
<b>Revisado y aprobado:</b>				
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad	_____	


Fuente: Elaboración propia (2021).


**Anexo 25. Programa de prevención de riesgos sociales**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de y prevención de riesgos sociales</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PPRS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Incluir en las campañas publicitarias el tema de la prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación en el contexto de los viajes y el turismo, mencionando las instituciones en las que se pueden efectuar las denuncias de este tipo de situaciones, como la línea gratuita nacional 141 del ICBF, Policía Nacional o la línea virtual de denuncia Te Protejo creada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de marzo de 2022.	Piezas publicitarias de las campañas de los servicios ofrecidos por VW Tours.	Humano.	Sensibilización de los turistas.  Prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación.




	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de y prevención de riesgos sociales</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PPRS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Comunicaciones (MinTIC); el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), la Fundación Telefónica y Red PaPaz. También, la Fiscalía por medio de las Unidad de Reacción Inmediata (URI), Salas de Atención al Usuario (S.A.U) y Casas de Justicia, estas últimas tanto para los casos de ESCNNA como de discriminación					
Capacitar semestralmente a empleados y proveedores de servicios, como son los hoteles, restaurantes y transporte, sobre la prevención de la ESCNNA,	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de junio de 2022.	Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones	Humano.	Capacitación de empleados y proveedores.


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de y prevención de riesgos sociales</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PPRS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
explotación laboral infantil y la discriminación en el contexto de los viajes y el turismo.			magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.		Prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación
Informar a los turistas, durante la venta de los paquetes turísticos, sobre la Ley 679 de 2001 y la Ley 1482 de 2011 (ley antidiscriminación), así como las instituciones en las que se pueden efectuar las denuncias de casos de ESCNNA, explotación laboral infantil y discriminación.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de marzo de 2022.	Información verbal.  Registro en el contrato del servicio turístico celebrado con los clientes.	Humano.	Sensibilización de los turistas.  Prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación.


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de y prevención de riesgos sociales</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PPRS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
(Número de empleados y proveedores capacitados en prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación / Número total de empleados y proveedores de la agencia de viajes) * 100					100%
(Número de campañas publicitarias que incluyen la prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación realizadas / Número total de campañas publicitarias realizadas por la agencia) * 100%					80%
(Número de ventas de paquetes que tuvieron charla de sensibilización a los turistas sobre la prevención de la ESCNNA, la explotación laboral infantil y la discriminación / Número total de ventas de paquetes turísticos) * 100					100%
Número de quejas relacionadas con casos de posible ESCNNA, explotación laboral infantil o discriminación en los destinos ofertados.					0
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad		_____	


Fuente: Elaboración propia (2021).


**Anexo 26. Programa de contratación y generación de empleo**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Identificación de necesidades de desarrollo económico de los destinos ofertados por VW Tours, así como la cadena de valor turística local y proveedores locales.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	Marzo y abril de 2022	Identificación de las principales necesidades de desarrollo económico según los instrumentos de ordenamiento territorial y planes de desarrollo de los municipios a los que pertenecen los destinos turísticos, así como la cadena de valor turística	Humano.	Conocer las principales necesidades de desarrollo económico de las comunidades de los destinos turísticos ofertados con el fin de aportar a su mitigación, teniendo en cuenta la cadena de valor local y proveedores locales.


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
			local y proveedores locales, con verificación en sitio, la cual puede ser realizada con apoyo de los presidentes de las Asociaciones de Juntas de Acción Comunal (Asocomunal).  Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.		


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
<p>Contratar personas naturales o jurídicas de las comunidades locales, teniendo en cuenta los proveedores y emprendedores locales identificados y poblaciones vulnerables, en condiciones justas y equitativas de acuerdo con la disponibilidad del mercado, paquetes y rutas turísticas que opera VW Tours.</p>	<p>Coordinador comercial y de operaciones.</p> <p>Apoyo social.</p>	<p>A partir de mayo de 2022.</p>	<p>Contratos de acuerdo con la normatividad vigente, disponibilidad del mercado, paquetes y rutas turísticas que opera VW Tours.</p>	<p>Humano.</p>	<p>Apoyar la generación de empleo en condiciones justas y equitativas, vinculando a las comunidades de base local.</p> <p>Evitar discriminación y explotación laboral.</p> <p>Promover el consumo de bienes y servicios ofrecidos por la comunidad local.</p>

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Incluir en los paquetes y rutas turísticas operadas por VW Tours, a proveedores y emprendedores locales, actores locales culturales, ambientales, artesanales, artísticos, folclóricos, entre otros, de acuerdo con la disponibilidad del mercado.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de junio de 2022.	Alianzas, convenios, acuerdos, contratos, entre otros, con proveedores, emprendedores y actores locales, para hacer parte de los paquetes y rutas turísticas operadas por VW Tours, en condiciones justas.	Humano.	Contribuir al desarrollo y emprendimiento local, articularse a la cadena de valor turística existente en los destinos y promover la participación de actores locales en la actividad turística local.
Establecer relacionamiento entre las instituciones de educación y los proveedores,	Coordinador comercial y de operaciones.	A partir de julio de 2022.	Espacios virtuales o presenciales de relacionamiento	Humano.	Fomentar el fortalecimiento de la prestación de los

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
emprendedores y actores locales, con el fin de motivar la capacitación en temas relacionados con el trabajo y el desarrollo humano, para fortalecer sus competencias laborales y la prestación de los servicios turísticos locales.	Apoyo social.		entre las instituciones de educación y los proveedores, emprendedores y actores locales.  Registro de asistencia.		servicios turísticos en los destinos, por medio de la capacitación de proveedores, emprendedores y actores locales.
Capacitar semestralmente a empleados y proveedores, incluyendo los proveedores, emprendedores y actores locales, para fortalecer sus	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de junio de 2022.	Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones	Humano.	Capacitación de empleados, proveedores, emprendedores y actores locales.





	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
competencias laborales y la prestación del servicio.			magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.		
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
Directorio turístico con la información de las necesidades de desarrollo económico de los destinos ofertados por VW Tours, así como la cadena de valor turística local y proveedores locales.					1
(Número de contratos celebrados con personas naturales o jurídicas de las comunidades locales en condiciones justas y equitativas de acuerdo con la legislación vigente aplicable / Número total de contratos celebrados con personas naturales o jurídicas de las comunidades locales de los destinos que opera VW Tours) * 100					100%
Número de quejas relacionadas con las condiciones de contratación de personas naturales o jurídicas de las comunidades locales por parte de VW Tours.					1


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de contratación y generación de empleo</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PCGE
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
(Número de paquetes y rutas turísticas con proveedores y emprendedores locales de acuerdo con la disponibilidad del mercado / Número total de paquetes y rutas turísticas de la agencia) * 100					80%
Número de quejas relacionadas con las condiciones de participación de proveedores, emprendedores y actores locales en los paquetes y rutas turísticas que opera WV Tours.					0
(Espacios virtuales o presenciales de relacionamiento entre las instituciones de educación y los proveedores, emprendedores y actores locales realizados en los destinos turísticos / Número total de destinos turístico que opera WV Tours) * 100.					80%
(Número de empleados y proveedores capacitados en fortalecimiento de competencias laborales y la prestación del servicio / Número total de empleados y proveedores de la agencia de viajes) * 100					100%
Número de quejas de turistas relacionadas con la prestación de los servicios turísticos por parte de proveedores, emprendedores y actores locales incluidos en los paquetes y rutas turísticas de VW Tours en los destinos ofertados.					0
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad		_____	


Fuente: Elaboración propia (2021).


**Anexo 27. Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades**


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Identificar los productos autóctonos de cada destino turístico ofertado por WV Tours, como artesanías, alimentos, entre otros, y servicios elaborados y comercializados por personas de la comunidad o empresas locales.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	Marzo y abril de 2022.	Identificación por medio de consulta a la administración local, presidentes de Asocomunal y verificación en sitio.  Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.	Humano.	Conocer los productos autóctonos y servicios elaborados y comercializados por personas de la comunidad o empresas locales con el fin de apoyar y promover su comercialización.
Apoyar y promover la comercialización de productos autóctonos y servicios locales	Coordinador comercial y de operaciones.	A partir de mayo de 2022	Programación de paquetes y rutas turísticas.	Humano.	Fortalecer la comercialización de productos y servicios

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
de los destinos durante la prestación del servicio, incorporándolos en los paquetes y rutas turísticas, por ejemplo, visitando con los turistas sitios de comercialización de artesanías, alimentos, elaboración de peinados, servicios terapéuticos, entre otros, elaborados y comercializados por personas de la comunidad o empresas locales, de acuerdo con su disponibilidad en el destino	Apoyo social.		Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.		<p>locales y las capacidades de las comunidades incluyéndolos en una oferta turística con alcance nacional.</p> <p>Promover el consumo de bienes y servicios ofrecidos por la comunidad y empresas locales.</p> <p>Crear alianzas estratégicas</p>


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
turístico y en condiciones comerciales justas.					comerciales y operacionales con personas de la comunidad o empresas locales en los destinos turísticos.
Incluir en los paquetes y rutas turísticas la agenda cultural y social del destino de los destinos ofertados.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de agosto de 2022	Programación de paquetes y rutas turísticas.  Registro en la base de datos de los paquetes turísticos.	Humano.	Apoyar las actividades culturales y sociales, por medio de la asistencia con turistas o contratando con proveedores locales actividades en el marco de los eventos culturales y


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
					sociales tradicionales del destino.
Participar activamente en las diferentes actividades sociales, recreativas o benéficas convocadas por organizaciones comunales o empresas locales.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de marzo de 2022.	Vinculación mediante divulgación de las actividades en las campañas publicitarias de los paquetes turísticos, apoyo logístico y donaciones cuando sea posible.  Registro en el formato de	Humano.	Apoyar las actividades sociales convocadas por organizaciones comunales o empresas locales, en beneficio de las comunidades.


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
			responsabilidad social empresarial.		
Capacitar semestralmente a las personas de la comunidad y empresas locales que han sido incluidos en los paquetes y rutas turísticas para fortalecer sus capacidades y competencias para la prestación del servicio turístico.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de junio de 2022.	Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.	Humano.	Capacitación de las personas de la comunidad y empresas locales que han sido incluidos en los paquetes y rutas turísticas.  Promover instancias de capacitación dirigidas a las comunidades.

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Capacitar semestralmente a empleados y proveedores de servicios, como son los hoteles, restaurantes y transporte, sobre el relacionamiento respetuoso con las personas de la comunidad y empresas locales que han sido incluidos en los paquetes y rutas turísticas de los destinos ofertados, resaltando el valor cultural de los productos autóctonos y servicios locales que incluyen saberes ancestrales, así como la importancia de aportar al	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de junio de 2022.	Capacitaciones virtuales o presenciales, mediante presentaciones magistrales y mesas de trabajo.  Registro de asistencia.	Humano.	Capacitación de empleados y proveedores.




	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
mejoramiento de las capacidades de las comunidades.					
Sensibilización de los turistas en cada venta de los paquetes turísticos mediante una charla sobre el valor cultural de los productos autóctonos y servicios locales que incluyen saberes ancestrales, la importancia del aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades y las pautas a seguir para el adecuado relacionamiento con las	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de julio de 2022.	Información verbal.  Registro en el contrato del servicio turístico celebrado con los clientes.	Humano.	Sensibilización de los turistas.


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
comunidades del destino a visitar.					
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
Directorio turístico con la información de los productos y servicios locales en los destinos turísticos.					1
(Número de paquetes turísticos vendidos en el año que incluyen productos y servicios locales y/o la agenda cultural y social según disponibilidad en el destino / Número total de paquetes turísticos vendidos en el año) * 100.					80%
Número de actividades sociales convocadas por organizaciones comunales o empresas locales en las que VW Tours se vinculó voluntariamente en el año.					≥1
(Número de personas de la comunidad y empresas locales que han sido incluidos en los paquetes y rutas turísticas para fortalecer sus capacidades y competencias para la prestación del servicio / Número total personas de la comunidad y empresas locales que han sido incluidos en los paquetes y rutas turísticas de la agencia de viajes) * 100					100%
(Número de empleados y proveedores capacitados en relacionamiento respetuoso con las personas de la comunidad y empresas locales / Número total de empleados y proveedores de la agencia de viajes) * 100					100%


	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de aporte al mejoramiento de las capacidades de las comunidades</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PAMCC
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
(Número de ventas de paquetes que tuvieron charla de sensibilización a los turistas sobre el valor cultural de los productos autóctonos y servicios locales / Número total de ventas de paquetes turísticos) * 100					100%
Número de quejas relacionadas con las condiciones de participación de personas de la comunidad y proveedores locales incluidos en los paquetes y rutas turísticas que opera WV Tours.					0
Número de quejas de turistas relacionadas con los productos y servicios locales elaborados y comercializados por las personas de la comunidad y proveedores locales incluidos en los paquetes y rutas turísticas que opera WV Tours.					0
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad		_____	

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 28. Programa de seguridad**

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de seguridad</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
Verificar que se incluyen los seguros de viaje y asistencia médica en los paquetes turísticos ofertados.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	Permanente	Seguros de viaje y asistencia médica.  Registro en el contrato del servicio turístico celebrado con los clientes.	Humano.	Garantizar la seguridad y salud de los turistas mediante seguros de viaje y asistencia médica para cubrir siniestros y enfermedades durante la prestación del servicio.
Verificar semestralmente que los proveedores cuentan con óptimas condiciones de recurso humano, instalaciones locativas,	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de marzo de 2021.	Programas de seguridad y emergencias de todos los proveedores.	Humano.	Garantizar la tranquilidad, seguridad y salud de los turistas durante los servicios

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de seguridad</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
vigilancia, bioseguridad, entre otras.			Registro en la base de datos de los proveedores.		prestados por el proveedor.
Verificar semestralmente que los proveedores cuentan con programas de seguridad y emergencias aprobados, acuerdos con su entorno interno (instalaciones) y externo (área de ubicación) y que cumplen las normas de seguridad en la prestación del servicio.	Coordinador comercial y de operaciones.  Apoyo social.	A partir de marzo de 2021.	Programas de seguridad y emergencias de todos los proveedores.  Registro en la base de datos de los proveedores.	Humano.	Asegurar adecuada capacidad de respuesta ante la materialización de un riesgo o siniestro durante los servicios prestados por el proveedor.
<b>Indicador</b>					<b>Meta</b>
(Número de paquetes turísticos vendidos en el año con seguro de viaje y asistencia médica / Número total de paquetes turísticos vendidos en el año) * 100					100%

	<b>NTS-TS-003</b>			<b>Fecha</b>	oct-21
	<b>Programa de seguridad</b>			<b>Versión</b>	0
	<b>Responsable</b> Líder de sostenibilidad			<b>Código</b>	VW-PS
<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo</b>	<b>Medios necesarios</b>	<b>Recursos asignados</b>	<b>Objetivo</b>
(Número de proveedores que cuentan con programa de seguridad y emergencias aprobados óptimas condiciones de recurso humano, instalaciones locativas, vigilancia, bioseguridad, entre otras / Número total de proveedores) * 100					100%
Número de quejas de turistas relacionadas con inadecuadas condiciones de seguridad como recurso humano, instalaciones locativas, vigilancia, bioseguridad, entre otras.					0
<b>Revisado y aprobado:</b>					
Gerencia	_____	Líder de sostenibilidad		_____	

Fuente: Elaboración propia (2021).

**Anexo 29. Compilado Documentos Sistema de Gestión**