

**Aviatur S.A.**

**Alejandra Berbesi Ariza  
Magda Lorena Garcia  
Diana Laiton Roza  
Deisy Julieth Rincón**

**Corporación Universitaria Unitec  
Curso Preparatorio para grado  
Gerencia de Servicios  
Bogotá D.C.  
2008**

**Aviatur S.A.**

**Presentado por:**

**Alejandra Berbesi Ariza  
Magda Lorena Garcia  
Diana Laiton Rozo  
Deisy Julieth Rincón**

**Presentado a:**

**Julio Arbelaez y jurados delegados**

**Corporación Universitaria Unitec  
Curso Preparatorio para grado  
Gerencia de Servicios  
Bogota D.C.  
2008**

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	5
JUSTIFICACIÓN .....	7
OBJETIVO .....	8
HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN AVIATUR S.A. ....	9
AGENCIAS QUE COMPONEN LA ORGANIZACIÓN	
ACTUALMENTE .....	10
HISTORIA DEL EMPRESARIO .....	11
AVIATUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO .....	13
Misión .....	13
Visión .....	13
Objetivo estratégico .....	14
Valores corporativos .....	14
POLÍTICA DE CALIDAD .....	15
Objetivos de calidad .....	15
Expectativas de calidad .....	15
ACTITUD ANTE EL CLIENTE .....	16
ORGANIGRAMA AVIATUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO .....	17
UBICACIÓN .....	18
OFICINAS EN COLOMBIA .....	18
EN EL MUNDO .....	18
VALOR AGREGADO .....	19
PORTAFOLIO DE SERVICIOS AVIATUR S.A. ....	21
PRODUCTOS Y SERVICIOS AVIATUR S.A. ....	22
LÍNEA DE PRODUCTOS AVIATUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO .....	35

BIENES Y SERVICIOS .....	38
ÁREAS Y PROCESOS .....	39
ASESORÍA EN LÍNEA .....	42
GRAFO DE SERVICIOS .....	47
ARGUMENTACIÓN GRAFO DE SERVICIOS .....	48
DIAGRAMA DE SERVUCCIÓN .....	49
ANÁLISIS DE SERVUCCIÓN .....	50
CLASIFICACIÓN DE SERVICIOS DE LA OFERTA EN RELACION A ORIGEN Y NATURALEZA .....	52
FLUJO DE SERVICIOS .....	55
ANÁLISIS DEL MERCADO .....	57
IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE .....	58
ATRIBUTOS DEL PRODUCTO .....	61
1. ATENCIÓN .....	61
2. ASESORÍA .....	62
3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS .....	63
4. INSTALACIONES FÍSICAS .....	65
5. HORARIOS DE ATENCIÓN .....	65
ESTUDIOS DE MERCADO .....	66
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AGENCIA DE VIAJES .....	67
FICHA TECNICA ENCUESTA DE SERVICIO .....	68
MODELO DE ENCUESTA .....	69
TABULACIÓN ENCUESTAS .....	70
ATENCIÓN .....	71
ASESORÍA .....	75
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS .....	81
INSTALACIONES FÍSICAS .....	88
HORARIOS DE ATENCIÓN .....	89
ASPECTOS GENERALES .....	90

QUEJAS Y RECLAMOS .....	91
PUNTOS CRÍTICOS .....	92
ANÁLISIS DE LOS PUNTOS CRÍTICOS .....	93
GRUPO FOCAL .....	96
ANÁLISIS DOFA .....	97
Explicación DOFA .....	99
CRUCE ANÁLISIS DOFA .....	101
CUADRO DE ESTRATÉGIAS .....	102
DIGRAMAS DE ISHIKAWA .....	113
PUNTO CRÍTICO POST-VENTA .....	114
PUNTO CRÍTICO: WEB .....	115
PUNTO CRÍTICO: PERSONAL .....	116
PUNTO CRÍTICO: OPERADORES TURÍSTICOS .....	117
Foco en el Cliente .....	118
FOCO EN EL CLIENTE .....	119
CONCLUSIÓN .....	120
BIBLIOGRAFÍA .....	122

## INTRODUCCION

Aviatur S.A. por ser la agencia de viajes más grande e importante de Colombia cuenta con todo el desarrollo de actividades en sectores de viajes y turismo, comercio exterior, mercadeo, seguros, asistencia, servicios médicos, tecnología y comercialización.

Siendo esta una organización importante y reconocida en el mercado no solo nacional sino a nivel internacional se caracteriza por ser una empresa triunfadora y emprendedora siempre buscando satisfacer los deseos y expectativas de los clientes a través de la calidad y excelencia lo cual otorga a la organización como una de las mas representativas en Colombia.

Aviatur muestra que en el país se puede desarrollar y disfrutar de las diferentes clases de turismo en zonas atractivas y de gran afluencia turística que poseen las diferentes regiones del país.

La organización cuenta con personal especializado en los diferentes departamentos encargados de la atención al cliente, esto hace posible los deseos de cada uno de los usuarios, en otras palabras Aviatur es la organización que busca cumplir todos los sueños.

Aviatur S.A. cuenta con terminales como el sistema bolívar y Amadeus para servicios contingentes y eventos especiales y una pagina de consulta [www.aviatur.com.co](http://www.aviatur.com.co), en la cual el cliente puede efectuar, su reserva adquirir información sobre excursiones nacionales e internacionales, pasajes en mas de 400 aerolíneas en el mundo, vehiculos en 50 compañías de alquiler y acceso a 35.000 hoteles.

Esta organización esta afiliada a diferentes organizaciones, entre las cuales se encuentran: la red TQ3 TRAVEL SOLUTIONS, Asociación Nacional de Agencias de Viajes y turismo (ANATO), confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina (COTAL), Internacional Air Transport Association (IATA), y Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA).

En los últimos años Aviatur conformo las uniones temporales Amacayacu, Gorgona, los Nevados y Tayrona, para la administración del componente turístico de los cuatro parques.

La compañía se apoya en las subsidiarias para campos especializados de viajes y turismo a saber:

- Cielos Abiertos
- Octopus Travel
- Avia Carribean
- Mayatur

Además la Agencia de Viajes y Turismo Aviatur S.A. cuenta con compañías filiales no turísticas como lo son:

- Deposito Aduanero Aviatur S.A.
- Agencia de Carga Aviatur S.A.
- Unión Cargo
- Aduanas Avia Ltda.
- Usuarios de Servicios Avia S.A.
- Servicios Avia Ltda.
- Representaciones Avia
- Avia Marketing
- Axa Asistencia S.A.
- Servicios Médicos Avia Ltda.

Pero en esta oportunidad nos vamos a enfocar en la investigación y análisis del sector de viajes y turismo ya que es lo más relacionado con nuestra carrera. Por lo anterior estudiaremos la información básica de conformación e inicio de Aviatur como organización.

Esta investigación se enfocara primordialmente en la prestación del servicio al cliente, métodos, procesos y áreas a las cuales se les realizara una investigación elemental sobre el desarrollo del servicio desde la pre-venta hasta llegar a la post venta, analizando cada momento de verdad que se logra con cada cliente, esto será realizado en la sección de excursiones nacionales e internacionales.

Para esto se realiza una visita de campo donde se entrevistara a los asesores que manejan las áreas específicas de Excursiones Internacionales y Excursiones Nacionales, para obtener la información sobre el manejo de clientes y demás detalles que incurran en el proceso de servicio.

## **JUSTIFICACION**

**El proyecto de servicios, esta basado en la empresa AVIATUR S.A. ya que esta es una organización empresarial líder en el mercado del turismo colombiano que se abre paso al reconocimiento internacional.**

**Se ha escogido esta empresa no solo por su reconocimiento sino por la relación con nuestra profesión y visión del servicio al cliente.**

## **OBJETIVO**

**Dar a conocer la el manejo y valor de la empresa de turismo mas grande del país que se ha abierto paso como la mas reconocida y la mas grande en oferta a su cliente, ofreciéndole a cada uno un servicio exclusivo y en un mismo lugar.**

## **HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN AVIATUR S.A.**

Con la Agencia de Viajes y Turismo fundada en 1957, se inicia la formación del grupo empresarial Aviatour conformado por empresas filiales y subsidiarias.

En 1977, iniciaron operaciones las empresas Avia Corredores de Seguros y la Agencia de Carga y Aduanas Aviatour S.A. (hoy, Depósito Aduanero, perteneciente al Grupo Logístico Aviatour Carga).

A partir de ese año, la organización Aviatour S.A. ha evolucionado con su crecimiento y reconocimiento turístico, con la inclusión de las siguientes empresas filiales a la organización:

- Representaciones Avia Ltda. (1978)
- Unión de Representaciones Ltda. (1987)
- Cielos Abiertos, Ltda. (1991)
- Unión Cargo Inc., Miami. (1992)
- Octopus Travel Ltda. (1994)
- Axa Asistencia S.A. (1994)
- Agencia de Carga Aviatour S.A. (1995)
- Aduanas Avia Ltda. SIA. (1995)
- Usuarios de Servicios Avia Ltda. (2000)
- Sociedad de Sistematización de la Industria Turística Ltda. (2000)
- Servicios Médicos Avia Ltda. (2001)
- Avia Marketing Ltda. (2003)
- Avia Caribbean S.A., Panamá. (2003)
- Servicios Avia Ltda. (2003)
- Avia Caribbean Ltda. (2004)
- Mayatur S.A. (2005)
- Avia Export. (2006)
- Avia Hoteles. (2006)
- Avia Express Ltda (2007)
- Producciones Avia (2007)
- Latin American Distribution Ltda (2008)

También hacen parte del Grupo Aviatour: Aviatour Campus, encargada anualmente de las diferentes versiones de Expo Estudiante; los portales [aviatur.com](http://aviatur.com) y [rumbo.com](http://rumbo.com), las marcas Avia Express, Avia Producciones y Floravia y las Uniones Temporales para la administración de los servicios eco turísticos en los Parques

Naturales Amacayacu, Gorgona, Los Nevados, Tayrona y Otún – Quimbaya y la casa navegante del Amazonas.

Las empresas que conforman el grupo se encaminan al objetivo de convertirse en "El Mejor lugar para trabajar en Colombia". En la actualidad es la Fundación Aviatur, que también hace parte del Grupo, la encargada del papel social de la compañía. Proyectos en el sector hotelero como también de transporte de pasajeros serán prioridad en el 2008.

Al inicio del 2008 cuenta con 3.330 colaboradores; de los cuales 2.100 pertenecen a la Agencia de Viajes Aviatur S.A.

Cuenta con 255 oficinas en el país, de igual forma tiene representación en Quito (Ecuador), Caracas (Venezuela), La Habana (Cuba), Ciudad de Panamá, Paris y Miami en donde funciona una oficina del Grupo Logístico Aviatur Carga). Anualmente, la compañía realiza su acostumbrada Convención Nacional de Ventas cuya edición XXVII se llevará a cabo en enero del próximo año.

## **AGENCIAS QUE COMPONEN LA ORGANIZACIÓN ACTUALMENTE**

- Airtur Ltda
- A Viajar
- Aviatur Colombina
- BCM Viajes y Turismo
- Aviaexport
- GC2 Viajes y Turismo
- Casanare Tours
- Confamiliares
- Compensar
- Ecodestinos
- Enterprise Travel Agency
- Esmeralda Tours
- Explorer Tours
- Fantravel
- Gama Tours Ltda
- Horbe Turismo
- Iberotur
- Javeturismo
- JTR Representaciones
- Mayatur Colombia
- MPR
- Nayitur
- Neivatur
- Niko Travel
- NTC Turismo
- Open Trip Representaciones
- Rokatur
- Serviviajes Ltda
- Star World Latinamerica
- Travel In
- Travel Advisors
- Travesias
- Turismo Abordo
- Turismo Giru
- Turismo Maya
- Turismo Mega EU.
- Turiscol Ltda.
- Vacaciones y Negocios
- Viajes Antares
- Viajes Atlas
- Viajes Delta
- Viajes el Sol
- Viajes Hermes
- Viajes Premier
- Viajes Prom
- Viajes Puracé
- Viajes Rocitur Ltda
- Viajes Viejo y Nuevo Mundo

## HISTORIA DEL EMPRESARIO

### JEAN CLEADE BESSUDO



Nació en Niza el 23 de Septiembre de 1947 llegó a Bogotá cuando tenía trece años estudio en el Liceo Francés vivió con sus tíos quien eran sus tutores luego de graduarse del colegio estudio seis meses de ingeniería civil en la Universidad de los andes.

Se fue a vivir a Nueva York donde trabajo de mesero en Le manoir, a los 17 años llegó a la universidad de Bruselas para estudiar matemáticas, donde vivía de los giros que le enviaba su tío por un préstamo en el Icetex y de lo que le pagaban en la Academia de Bellas Artes por posar desnudo ante los estudiantes de escultura. Ya En el año de 1967 conoció a una linda dama quien es hoy en día es su esposa.

Después de vivir en París con su esposa se vino a Bogotá donde empezó a trabajar con su tía y donde se proyectaba como un gran empresario luego del nacimiento de su segunda hija asumió la dirección de lo que hoy es una de las más grandes agencias de turismo de Latinoamérica, con más de 2100 empleados directos.

Para el señor Jean Cleade Bessudo es muy importante ser franco y decir siempre lo que piensa es una persona justa divertida, e inteligente no tolera la irresponsabilidad, la mentira el engaño y la falta de compromiso con el trabajo. Lo más importante para él son sus 7 mandamientos:

1. Lo que no tiene solución, deja de ser un problema.
2. Lo que se resuelve con dinero (siempre y cuando sea con ética), no es un problema.
3. Los gerentes no deben trabajar, deben verificar el trabajo de los demás.

4. **Delegar sin verificar es abdicar.**
5. **En épocas de crisis hay que crear fábricas de pañuelos para los que lloran.**
6. **No se preocupe ¡Ocupese!**
7. **¡sea transparente ¡ lo único confidencial en nuestra empresa es la hora de salida de algunos vuelos.**

**Esta es la historia de un hombre que como extranjero ha logrado mas posición y poder que muchos colombianos, y al que el ex presidente Gaviria al otorgarle la nacionalidad colombiana reconoció como "El mas francés de los colombianos y el mas colombiano de los franceses."**

## **AVIATUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO**

### **Misión**

Con su equipo humano de calidad que trabaja pensando siempre en el cliente, proveedores y colaboradores. Ofrecen los mejores productos en pro de la excelencia, llegando a un nivel de servicio que les permita alcanzar un desarrollo integral como personas y como empresa.

Es una organización que respeta el individualismo, estimulando la innovación, ascensos y la capacitación de quienes la conforman utilizando métodos de comunicación abiertos y participativos.

Todos los errores que se cometan por cuenta de la organización son asumidos como tal, además que son utilizados como método de enseñanza e información para mejorar el desempeño de los empleados. Se buscan soluciones y todas las estrategias posibles para reducir los errores y no volver a repetir el mismo error dos veces.

Tienen participación del desarrollo económico de la empresa haciendo común la responsabilidad de mejorar los resultados obtenidos.

Esta organización considera que el respeto al ser humano, desempeño y la calidad del nivel de vida como la razón del ser, siendo misión y tarea de cada uno de los miembros de la empresa sentirse responsable, para que en medida de sus posibilidades ayude a implementar dichos conceptos entre quienes lo rodean.

Conocen la satisfacción que ofrece el éxito y se comprometen a lograrlo con optima calidad y permaneciendo en la excelencia de sus productos, servicios y como organización en general.

### **Visión**

Ser una compañía reconocida por:

- ✓ Su interés en tratar de lograr lo mejor posible en la atención de las necesidades de sus clientes, en la selección de los productos y servicios que ofrece.
- ✓ Encontrar oportuna y adecuadamente la solución a los errores cometidos, tomar los correctivos necesarios y aprender de ellos.

- ✓ Realizar en forma continua la gestión humana y de bienestar necesarias para hacer de nuestra empresa un lugar agradable en donde trabajar.
- ✓ Construir relaciones basadas en la ética, la transparencia y la confianza.
- ✓ Nuestro compromiso humano y empresarial de responsabilidad social.
- ✓ Ser innovadores, pioneros y tratar de lograr adaptarnos a un mundo de cambio permanente.

### **Objetivo estrategico**

Su objetivo es la planeación estratégica a largo plazo, su virtud es estar alerta en todo momento para tomar decisiones que puedan replazar rumbos importantes, reprogramar, reformular, metas y objetivos cada vez que se vea necesario. Es más un estilo de reacción inmediata a los obstáculos y las oportunidades. Esto permite sortear encrucijadas difíciles con mayor suerte que la mayoría de agencias.

### **Valores corporativos**

Para involucrar la organización en una conciencia real se proyectan los pensamientos, acciones y políticas hacia la promoción de valores como:

- Solidaridad
- Honestidad
- Respeto
- Tolerancia
- Superación

## **POLÍTICA DE CALIDAD**

“Obtener la satisfacción de los clientes ofreciendo productos y servicios que se ajusten a sus necesidades, procurando sobrepasar sus expectativas, atendiéndolos con un equipo humano competente, motivado y comprometido con la empresa.

Para lograrlo la organización se desempeña dentro del marco legal que la rige y cuenta con:

Un sólido sistema de gestión de la calidad  
Los recursos actualizados necesarios para la operación  
El liderazgo de la Presidencia y del grupo directivo de Aviatur”

### **Objetivos de Calidad**

- ✓ Incrementar el grado de satisfacción de los clientes.
- ✓ Seleccionar y mantener el personal motivado, competente y capacitado para el desempeño del cargo.
- ✓ Mejorar continuamente los procesos.
- ✓ Mantener el desarrollo tecnológico actualizado.
- ✓ Mantener el Sistema de Gestión de la Calidad funcionando eficazmente.
- ✓ Lograr la disminución de errores en la prestación de los servicios y aplicación de los procesos.
- ✓ Mejorar el desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad.
- ✓ Desarrollar las actividades de la empresa bajo el marco legal de las normas que la rigen.

### **Expectativas de Calidad**

La calidad para esta compañía es un todo, esta basada desde el uso del uniforme, la presentación personal, las formas de expresión, elegancia, comunicación, pensamiento. En cuanto a la calidad del trabajo no existen porcentajes de error aceptables ya que inclusive el 1% de error mensual significa miles de errores, pérdidas de clientes, entre otros.

Si por algún motivo se comete un error difícil de solucionar se comunica para realizar un seguimiento averiguando el porque se cometió y buscando la solución

mas rápida, apropiada, adecuada y cómoda para el/los clientes, evitando volver a cometerlo.

Con lo que respecta a la calidad de la infraestructura de la organización esta inicia desde los pisos hasta el mas pequeño rincón de cada oficina, de cada punto de venta, desde la entrada hasta la ultima porción del lugar, el aseo es lo primordial, no se debe tener material publicitario ni decoración que interfiera con el lenguaje visual de la empresa, entre muchos otros aspectos relacionados con el ambiente para crear un espacio acogedor, elegante y bien preparado a la hora de recibir a cualquier persona.

### **ACTITUD ANTE EL CLIENTE**

Los clientes, visitantes y proveedores siempre serán recibidos por funcionarios de la empresa, de la forma mas rápida posible, usando un lenguaje apropiado y normas de urbanidad, cuando no hay sillas disponibles es deber y obligación del empleado conseguirla.

No se deben tener preferencias de trato hacia los clientes aunque uno compre un tiquete nacional y otro uno de vuelta al mundo, se debe tratar a cada uno con la misma excelencia y respeto, la reconfirmación de cupos con productos comprados fuera de la agencia es obligatoria, así mismo el informe de lo que suceda a los clientes que han adquirido el producto.

Nunca se debe contestar a los clientes las expresiones como:

No se  
No hay cupo  
No lo puedo ayudar  
No es mi problema

Puesto que estas expresiones son de casos en donde el cliente no significa nada, para esta organización siempre se debe buscar la solución y aun cuando el funcionario no incida en el departamento requerido por el cliente debe colaborar con el contacto de quien sea necesario para la ayuda de este.



## UBICACIÓN

### OFICINAS EN COLOMBIA



### EN EL MUNDO



## **VALOR AGREGADO**

Aviatur S.A. se caracteriza por ser una de las empresas a nivel internacional que más se ha hecho reconocer no solo en su ámbito de negocios sino como una empresa triunfadora y emprendedora, ejemplo de muchos otros modelos de empresa.

En el sector del turismo es una de las mejores empresas que se ha posicionado como líder en el mercado, ampliando la visión de agencia de viajes y turismo a todos los extremos. Es una empresa que se creó para ofrecerle a sus clientes no solo lo que pueden encontrar en cualquier agencia sino todo lo que este necesite, sin importar cual sea su necesidad.

Aviatur es la empresa de turismo que más opciones tiene, dentro de ellas encontramos las siguientes:

- Tiquetes
- Tours
- Cruceros
- Destinos nacionales e internacionales
- Excursiones nacionales e internacionales
- Asesorías en visas y papeleo para viaje
- Planes de vacaciones
- Ecoturismo
- Agroturismo
- Turismo de aventura
- Sol y playa
- Turismo de aventura
- Hospedaje (económico y lujo)
- Transporte

Entre muchos más servicios turísticos, además que cuenta no solo con turismo sino también con ofertas de carga, seguros, exportaciones, eventos, entre otros.

Una de las características mas significativos que tiene esta organización es que cada cliente para ellos sin importar quien sea, su aspecto o de cuanto sea el valor de su compra, es siempre el mas importante, esto lo manejan haciéndoselo saber y dándole siempre la mejor atención, si no encuentran disponibilidad en lo que el cliente les pida le solicitan plazo para conseguirlo tal cual como lo desee, además que siempre le consultan a cada cliente cual fue su satisfacción con respecto al

paquete que compro, aun así sin necesidad que ellos se comuniquen el cliente después de tanta atención les comunica como le fue, que le gusto y que no, y de acuerdo a lo que el cliente comente se siguen las debidas correctivas en modo de adquisición de conocimientos y de mejoramiento de la calidad de los servicios.

## **PORTAFOLIO DE SERVICIOS AVIATUR S.A.**

La empresa cuenta con la siguiente línea de productos:

- **Aviatur Campus**
- **Avia Caribbean**
- **Documentos y tramites de visas y permisos especiales**
- **Pasajes Internacionales**
- **Servicios en los aeropuertos (Barranquilla, Cali, Cartagena, Medellín, Río Negro, Santa Marta, San Andrés y Bogotá.)**
- **Excursiones nacionales e internacionales**
- **Congresos y convenciones**
- **Ferias y exposiciones**
- **Turismo receptivo**
- **Vuelos fletados**
- **Cooperativas y fondo de empleados, sistema de descuentos.**
- **Viajes de incentivos**
- **Transporte estudiantil y programas de intercambio**
- **Correo expreso entre aeropuertos, servio de alquiler de teléfonos celulares, courier nacional e internacional, mensajería nacional e internacional con AVIA EXPRESS y courier puerta a puerta internacional a través de DHL World Wide Express**
- **Seguros de vuelo**
- **Cursos de idiomas**
- **Turismo religioso**
- **Actividades subacuaticas**

## PRODUCTOS Y SERVICIOS AVIATUR S.A.

### Aviatur Campus:

Especializada en transporte, turismo, servicios y productos estudiantiles.

#### Productos:

- Cursos de idiomas en el exterior (Alemania, Australia, Canadá, China, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Trinidad y Tobago)
- Campamentos de verano e invierno (Austria, Canadá, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Suiza)
- Cursos de idiomas para ejecutivos

### Avia Caribbean:

Es la compañía que esta especializada en operar con líneas de cruceros en Colombia (Cartagena, Snta Marta, Sn Andres) y nivel internacional.

Del mismo modo es asesora en la realización de ferias, congresos y viajes de incentivo en el exterior para empresas y demás organización que lo requiera.

### Avia Corredores de Seguros:

#### Seguros Generales

Están en la capacidad de ofrecer asesorías para la identificación y prevención de riesgos, encaminados a proteger el patrimonio a consecuencia de perdidas materiales y económicas causados por eventos externos o internos dados por la naturaleza o por el hombre.

Gran cantidad de riesgos son desconocidos y muchas personas NO tienen el patrimonio en sus empresas y bienes familiares que los proteja en los eventos como:

- *Incendio:* Protección Integral por las pérdidas ocasionadas a consecuencia de: Incendio y/o Rayo y sus efectos inmediatos, Explosión, daños diversos

causados por el agua, deslizamientos, caída de granizo, vientos fuertes, erupción volcánica, huracán, caída de aeronaves.

- **Terremoto:** Cubrimiento por las pérdidas ocasionadas en caso de temblor, o terremoto.
- **Terrorismo:** Concientes de las pérdidas que pueden ocasionar las personas en eventos como: Huelga, Motín, Asonada, Conmoción Civil, Actos Mal Intencionados de Terceros incluyendo el terrorismo. Se ha convertido en un amparo fundamental en todos los seguros contratados.

### **Seguros de automóviles**

Ofrecen varias alternativas de seguros con respaldo de muchas de las mejores aseguradoras del mercado, para cubrir el vehículo de sus usuarios contra el mayor porcentaje de riesgos, ofreciendo mas ventajas a bajos costos.

#### **Beneficios**

- Pago oportuno de siniestros.
- Facilidades de pago (mensual, anual, tarjeta de crédito, efectivo o cheque).
- Cubrimiento Nacional en caso de siniestro.
- Se aseguran vehículos hasta con 15 años de antigüedad.
- Asesoría personalizada, inspección y expedición en un solo lugar.
- Amplia red de concesionarios especializados y talleres de servicio.

#### **Coberturas - Amparos Básicos**

- Responsabilidad Civil Extracontractual.
- Pérdida total por daños.
- Pérdida parcial por daños.
- Terremoto.
- Amparo Patrimonial.
- Asistencia en viaje.
- Asistencia Jurídica.

### **Seguros de personas**

Estos tipos de seguros están diseñados pensando en lo que le puede suceder a una persona, ayudándole a estas a planear su futuro. Preservando la estabilidad económica de la familia en caso de un fallecimiento o invalidez. Ofrecen los siguientes productos:

- Seguro de Vida.
- Accidentes Personales.
- Enfermedades Graves.

- Medicina Prepagada.
- Pólizas de Hospitalización y Cirugía.
- Planes de Universidad para sus hijos.

**Aviaexport:**

- Consultoría
- Viajes de Negocios
- Ferias internacionales
- Misiones comerciales.
- Logística
- Aviatur Agencia de Carga
- Aviatur Deposito Aduanero
- Sociedad de Intermediación Aduanera
- Aduanas Avia
- Unión Cargo - Miami
- Mudanzas Internacionales
- Avia Express
- Eventos
- Seguros
- Mercadeo y programas de fidelización a través de Avia Marketing

**Avia Marketing:**

Es la encargada de diseñar programas de fidelización para las empresas dirigidos a los clientes y empleados, estos programas se basan en la obtención de premios por cumplimiento de objetivos teniendo en cuenta las necesidades y alcances de cada empresa.

Cuentan con herramientas tecnológicas necesarias para el outsourcing de la administración, registro y divulgación del movimiento de la cuenta de sus clientes de forma electrónica o impresa, por medio del cual le permite a las empresas interactuar todo el tiempo con sus clientes, resolviendo de forma ágil y especializada todas las consultas de los usuarios que utilicen el servicio las 24 horas del día.

**AXA Asistanse:**

Es una de las mejores empresas de servicios de Asistencia en el mundo. En Colombia la central de alarma se encuentra ubicada en el Centro de Negocios Andino en la ciudad de Bogotá.

### **Cielos Abiertos:**

- Vuelos fletados.
- Viajes de incentivo.
- Viajes de investigación.
- Convenciones.
- Eventos especiales.
- Viajes a cualquier destino.
- Paquetes turísticos incluyendo: Hospedaje, alimentación, Actividades deportivas.

### **Grupo Logístico Carga:**

#### **Agencia de Carga**

Se comprende de una red de agentes internacionales y sucursales en las principales ciudades, puertos y fronteras del país, interconectados por un sistema de información por medio del cual realizan el manejo de:

- Mercancía normal y restringida
- Transporte combinado desde y hacia Colombia (terrestre, aéreo, marítimo)
- Consolidados aéreos y marítimos.

#### **Intermediación Aduanera**

Ejercen la actividad como intermediarios aduaneros, realizando los trámites necesarios para nacionalización o exportación de mercancías, cumpliendo con toda la reglamentación exigida por las autoridades pertinentes al caso. Sus servicios son:

- Control y manejo de importaciones en puertos y aeropuertos.
- Coordinación internacional desde el origen.
- Tramites de licencias, registros y modificaciones de importaciones.
- Servicios de importación temporal de equipos para ferias o eventos internacionales.
- Sistema "Siglo XXI" para nacionalización de mercancía.
- Elaboración de Documentos de exportación.
- Coordinación de documentos y tramites ante instituciones gubernamentales e internacionales.
- Reexportación de mercancías.
- Sistema "Syga".

#### **Depósito Aduanero**

En este depósito es donde se almacenan las mercancías mientras todos los trámites aduaneros de nacionalización son expedidos y realizados eficazmente,

este depósito ha sido habilitado en Bogotá, certificado con el sello de calidad ISO 9001 versión 2000 para servicios de almacenamiento y depósito de mercancías bajo control aduanero. Sus servicios son los siguientes:

- Almacenamiento de mercancías en el Depósito Aduanero y Zona franca en Bogotá y Miami.
- Servicio de bodegaje nacional.
- Coordinación de los procedimientos para ingreso, procesamiento parcial y reexpedición de carga a nivel internacional.

### **Unión Cargo Miami**

Ofrecen servicios de manejo de carga, bodegaje, nacionalización y exportación de mercancías. Cuentan con un equipo humano calificado en las respectivas áreas y alianzas con transportadores que les permiten ofrecer tarifas más competitivas y un servicio más rápido y confiable.

### **Mudanzas internacionales**

Operan internacionalmente con respaldo tecnológico en asociación con destacadas empresas de mudanzas a nivel mundial. Realizando servicios de empaque y desempaque, coordinación de transporte y empaque de obras de arte, mensajería especializada con AviaExpress. Además del servicio de mensajería instantánea a nivel urbano y nacional.

### **Usuarios de Servicios Avia**

Se encuentran calificados como usuarios industriales y de servicios, por lo cual efectúan la coordinación y supervisión a la carga procedente del resto del mundo.

### **Hoteles Avia:**

Los servicios hoteleros que tienen están diseñados en función de la atención a sus clientes potenciales tomados en base a:

- La calidad en la prestación de los servicios hoteleros
- Atención, Amabilidad y calidez de nuestro personal
- Cumplimiento, respeto y seriedad en nuestros compromisos con el cliente
- Satisfacción de nuestros clientes.
- Procuramos exceder las expectativas de nuestros clientes.

Cada uno de los hoteles cuenta con un portafolio de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, convenciones, eventos y turismo.

### **Octopus Travel:**

Oficinas del Consolidador Turístico- Octopus Travel, en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Manizales y Barranquilla y toda la red de oficinas filiales de Aviatur S.A. en todo el país.

### **Central de Reservas 24 horas para sus clientes.**

### **Personal especializado en el trámite de documentos de viaje.**

Instalación de terminal del Sistema de Reservas Amadeus o Sabre en el computador del Agente en la casa oficina o en nuestras instalaciones, sin costo alguno.

Espacios y sala de reuniones para la atención de sus clientes cuando lo requiera.

### **Tiquetes Aéreos Nacionales e Internacionales.**

Situado de Tiquetes Nacionales e Internacionales a través de nuestra red de oficinas filiales en las siguientes ciudades del país que le permitirá ampliar su portafolio.

- Armenia
- Barranquilla
- Bucaramanga
- Buenaventura
- Cali
- Cartagena
- Ciénaga
- Cúcuta
- Ibagué
- Ipiales
- Leticia
- Manizales
- Medellín
- Montería
- Pasto
- Pereira
- Popayán
- Riohacha
- San Andrés Isla
- Santa Marta
- Villavicencio
- Valledupar

### **Servicio de Aeropuerto para sus viajeros en las siguientes ciudades de Colombia:**

- Barranquilla
- Cali
- Bogotá (El Dorado, 24 horas) y (Puente Aéreo)
- Cartagena
- Manizales
- Medellín (José María Córdova) y (Olaya Herrera)
- Santa Marta

## Programas con Operadores Internacionales

- Aviatour
- Cielos Abiertos
- Unión de Representaciones
- Viajes Arco Iris
- Celtour
- TMR
- Alvaro Velez
- Deskubra
- Turivel
- Giratur
- Rad Mayoristas
- All Reps
- Servincluidos
- Carreño Tours
- Discover América
- All Nippon Mayorista
- Sertel
- CIC
- 
- Asia Pacific, entre otros
- Asesoría y organización de congresos, eventos y convenciones
- Cursos de Idiomas y campos de verano
- Tarifas especiales para estudiantes
- Ventas de camets, ISIC, ITIC, GO25
- Capacitación continua en ventas, servicios y del portafolio de productos
- Trámite de Tarjetas de crédito para sus clientes.
- Tarjetas de Asistencia con puntos de venta al interior de nuestras oficinas.

### **Representaciones Avia:**

*Club Med:* Cadena hotelera con "Villages" alrededor del mundo diferenciados cada uno por especialidades, destinos sol y nieve; para parejas, familia y para todos.

*Metropolitan Touring:* Pioneros en el desarrollo de un turismo responsable en Galápagos.

*Abercrombie & kent:* Viaje a los sitios más exóticos y espectaculares, Oriente, África, Egipto, Europa, Suramérica, Antártida, Australia, Cruceros y Trenes.

*Renault Eurodrive:* La fórmula RENAULT EURODRIVE le permite descubrir Europa al volante de un Renault nuevo, libre de impuestos, que usted escoge. Últimos modelos, sencillos o sofisticados, pequeños o espaciosos, todo con la última tecnología y el respaldo Renault.

*EL AL aerolíneas de Israel:* Cuando usted vuela con EL AL, su experiencia en Israel comienza literalmente al momento de presentarse al aeropuerto. Inició sus operaciones en 1949, cuenta con una flota de 29 aviones dentro de los cuales sus principales equipos son B747-400, B747-200.

*Scenic Airlines:* Es una empresa especializada en vuelos turísticos panorámicos por el Gran Cañón y es el Tour Operador de más experiencia. Cuenta con 56 aeroplanos tipo Twin Otter y Cessna Caravan.

*FLS cursos de inglés en el exterior:* FLS está especializado en programas de Inglés para personas no nativas. El programa FLS le enseña el idioma de la misma forma que usted aprende su idioma nativo, escuchando, hablando y haciendo.

*Avia Asístanse:* RESPALDO CORIS S.A.- Con presencia en 54 países, el grupo CORIS presta servicios de asistencia médica, tanto a nivel nacional como internacional.

### **Servicios Médicos Avia:**

#### **Vacunación**

Se aplican todas las vacunas requeridas por las autoridades de inmigración (Fiebre Amarilla, Fiebre Tifoidea, Triple Viral (Sarampión, Rubéola, Paperas), Varicela, Meningitis, Rabia, Tétanos, Difteria...), así como aquellas que forman parte del esquema infantil o del adulto mayor (Hepatitis A, B, Neumococo Adulto y Pediátrico, Rotavirus, Influenza,...). Todas con respaldo de los laboratorios ~~Aventis~~ Pasteur, Wyeth y GlaxoSmithKline reconocidos a nivel mundial por su liderazgo y calidad en la producción de las mismas.

Adicionalmente expiden el Certificado Internacional de Vacunas y Dispensa Médica, según requisitos de la OMS. (Organización Mundial de la Salud). Base de datos con las acciones ejecutadas: personal vacunado, dosis, lotes, eventos adversos.

### **Servicios incluidos en Vacunación:**

- Carné de Vacunación Internacional, aprobado por la OMS.
- Examen médico de control post-vacunación.
- Control en base de datos de los pacientes vacunados.
- Carné de reposición en caso de extravío, sin ningún costo.
- Información adicional sobre las diferentes enfermedades prevenibles con vacunas y epidemias alrededor del mundo.
- Dispensa Médica de vacunación en casos especiales (embarazo, menores de 1 año, inmunosupresión...) para ser presentada ante las autoridades de Inmigración.
- Domicilio sin ningún costo adicional para grupos mayores a 10 personas.

## **Vacunación al Viajero**

Las inmunizaciones recomendadas al viajero dependen de características del propio viajero, destino y de factores relativos al viaje. Los riesgos de contraer diversos procesos infecciosos que se pueden prevenir mediante vacunación, incluyen tanto enfermedades comunes, que aunque existentes en el país de origen son hiperendémicas en el área geográfica de destino, como las enfermedades más o menos exclusivas o limitadas a los países que se van a visitar.

Deben valorarse: países de destino e itinerario previsto, duración total del viaje y tiempo de permanencia en cada área geográfica, tipo de viaje (urbano, rural), tipo de alojamiento en cada zona (viajeros de hotel y de mochila) y actividades que se realizarán en el curso del viaje. Una dificultad importante para efectuar una vacunación adaptada a las necesidades de cada caso es que, lamentablemente, una buena proporción de los viajeros sólo se ocupan de los aspectos sanitarios preventivos del viaje en el último momento, con escaso o nulo tiempo para realizar las inmunizaciones adecuadas, lo cual obliga a aplicar pautas vacúnales de eficacia no demostrada. Ello conduce a que el grado de protección conseguido sea subóptimo, a eventuales conflictos con el uso concomitante de antipalúdicos u otra medicación y, en su caso, a que los potenciales efectos adversos de alguna vacuna se manifiesten en el curso del viaje. Por estos motivos, una aceptable inmunización del viajero no se consigue en un plazo inferior a un mes, si bien lo ideal sería disponer siempre de más tiempo.

### **Vacunación Empresarial**

Campañas institucionales de vacunación a domicilio con fines médico-preventivos, disminución de ausentismo laboral y escolar, aumento en la producción y consolidación de mayores incentivos para el personal de cada empresa.

### **Vacunación Centros Educativos**

Con el fin de prevenir epidemias y que los niños se mantengan sanos durante el año escolar y obtengan un mejor desempeño académico, se aplican la Vacuna contra la Varicela, Influenza y Hepatitis A.

Numerosas universidades exigen en la actualidad vacunas contra la Meningitis Meningocócica para aquellos estudiantes que se alojaran en residencias estudiantiles, una infección bacterial que puede ser fatal. Influenza.

Los estudiantes de Veterinaria, Zootecnia, Ingeniería Ambiental y estudiantes de del área de la Salud requieren la vacuna contra la Hepatitis B.

Campañas de vacunación en centros educativos.

## **Vacunación Adulto Mayor**

Conforme vamos envejeciendo, nuestro sistema de defensa inmunológico va decayendo. Afortunadamente, hay vacunas que contra ciertas enfermedades que pueden representar un riesgo para la salud: Neumococo, Influenza.

El objetivo de la vacunación del adulto consiste más en la protección personal que en la colectiva.

## **Vacunación Niños**

Los niños necesitan vacunas para protegerlos de enfermedades infantiles peligrosas. Estas enfermedades pueden tener complicaciones graves y provocar incluso la muerte. Las vacunas no incluidas en el Plan Ampliado de Inmunizaciones, del Plan Obligatorio de Salud del gobierno nacional, recomendadas por la Asociación Internacional de Pediatría, que se deben aplicar los niños están: Neumococo, Varicela, Hepatitis A; Influenza se recomienda administrar desde de los 6 meses a los 8 años de edad, anualmente.

## **Vacunación a Domicilio**

### **Laboratorio Clínico**

Tenemos la capacidad para realizar toma de muestras de exámenes de laboratorio, siempre con la mayor calidad y prontitud en los resultados. Recurso humano altamente calificado.

*Audiometría*

*Espirometría*

*Visiometrias*

*Exámenes Optométricos*

*Electrocardiogramas*

*Salud Ocupacional*

### **Exámenes Médicos Ocupacionales de Ingreso, Periódicos y Retiro**

Para efecto de establecer el estado de salud de los trabajadores al iniciar una labor, desempeñar un cargo o función determinada, el médico especialista en Salud Ocupacional, practica los exámenes médicos ocupacionales de ingreso, periódicos y de retiro.

### **Carne Manipuladores de Alimentos**

Valoración médica y para clínica de manipuladores de alimentos y capacitación.

### **Asesoría Médica al Viajero**

Evaluación Médica pre y post viaje con asesorías en salud según edad del pasajero, destinos a visitar en cualquier lugar del mundo, riesgos médicos en cada zona, manejo durante el viaje de situaciones clínicas actuales del interesado (diabetes, cardiopatías, hipertensión, alergias, embarazo.) según antecedentes médicos personales y zonas que planea visitar.

Suministro de información médica propia de cada zona que se planea visitar, epidemias y riesgos biológicos a los que se enfrentan los viajeros, y las medidas de prevención y protección que sean pertinentes para cada caso.

### **Sistema Bolívar:**

El Sistema Bolívar de información es un software para el manejo administrativo, financiero y comercial de una agencia de viajes. La Sociedad de Sistematización de la Industria Turística es una empresa del Grupo Aviatur para:

- Producción venta, importación y comercialización de software y hardware.
- Consultoría, asesoría e integración de software y servicios relacionados.
- El Sistema Bolívar de información es un software para el manejo administrativo, financiero y comercial de una agencia de viajes.

### **Ventajas:**

- Automatiza las actividades en todas las áreas.
- Desarrollado bajo los parámetros de calidad de la norma ISO 9002.
- Permite un control centralizado de la información.
- Separa actividades específicas de la parte comercial, financiera, administrativa y contable con el fin de brindar una atención personalizada a los clientes.
- Deja al sistema y al personal administrativo las labores operativas derivadas de la actividad comercial.
- Evita que un dato sea capturado más de una vez en el sistema.
- Mantiene y refleja la información estadística, financiera y contable actualizada en línea, herramienta básica a nivel gerencial para la toma de decisiones.

### **Unión de Representaciones:**

Son representantes para Colombia, de productos turísticos a nivel mundial. Los productos que representan son:

Walt Disney World Resort, Disney Cruise Line. United Airlines, Paditour, Citadines, Autoeurope, Kharinas, Cocoplum Beach Hotel y Hotel Casablanca, entre otros.

**Walt Disney World Resort:** La magia de Disney y sea parte de la Celebración Más Feliz del Mundo. Podrá escoger entre una variedad de hoteles, restaurantes, atracciones, espectáculos y aventuras que le ofrecen los cuatro parques principales: EPCOT, DISNEY'S MGM-STUDIOS, MAGIC KINGDOM y DISNEY'S ANIMAL KINGDOM, en los dos parques de diversiones acuáticas: BLIZZARD BEACH o TYPHOON LAGOON; o en DOWNTOWN DISNEY (PLEASURE ISLAND o DISNEY QUEST).

**Disney Cruise Line:** Usted puede elegir entre diferentes opciones:

- Crucero de 7 noches donde visitará St. Maarten y St Thomas además de un día en Castaway Cay.
- Plan combinado mar y tierra por una semana disfrutando de toda la diversión en los resorts y visitando Nassau y Castaway Cay durante el crucero.

**United Airlines:** Aerolínea Norteamericana recientemente nombrada "LA MEJOR AEROLÍNEA TRANSPACÍFICA"; perteneciente al STAR ALLIANCE, la mas grande red de aerolíneas del mundo con mas de 15.000 vuelos diarios, 795 destinos en 139 países.

**Paditour Circuitos por Europa:** Entre los servicios que ofrece estan: Salidas garantizadas de los circuitos.

- Autopullman de lujo
- Equipo de guías acompañantes
- Flexibilidad ante todo (adaptar su salida a los vuelos de las compañías aéreas)

**Citadines:** Los apartahoteles Citadines cuentan con 47 diferentes opciones a lo largo de Europa en países como Alemania, Bélgica, Gran Bretaña, Francia y España.

**Autoeurope:** Consolidadora de compañías de alquiler como Hertz, Avis, Alamo, Europacar, Thrifty, Dolar, National entre otras. Especial para alquiler de autos en Europa.

**Kharinas:** Viva la Florida con tranquilidad y comodidad. Transporte, paquetes especiales, paquetes económicos, autos, hoteles, casas y villas, entradas a los parques, traslados y todo el servicio al alcance de su mano en un solo lugar.

**Cocoplum Beach Hotel:** En San Andrés Colombia, Cocoplum Beach Hotel se encuentra sobre una playa espectacular de 600 metros de longitud que tiene una característica única: su extremo norte penetra en el mar formando una piscina natural de muy poca profundidad y blancas arenas.

**Hotel Casablanca:** En San Andrés Colombia. El Casa Blanca es sinónimo de confort, clase, ambiente exclusivo y tradición hotelera. Privilegiada ubicación frente al mar y en la mejor zona comercial de la isla.

## **LÍNEA DE PRODUCTOS AVIATUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO**

Aviatur S.A. tiene unos productos y servicios especiales aparte de los demás productos ya presentados anteriormente, con estos productos es con los que Aviatur Agencia de Viajes y Turismo trabaja directamente el mercado turístico y se establece áreas y procesos de atención al cliente específicamente en este campo.

La línea de productos manejada por esta Agencia de Viajes y Turismo es la siguiente:

### **Departamentos Especializados**

Son departamentos especializados en ofrecer soluciones a las necesidades específicas de los clientes.

### **Documentación**

Realiza todos los tramites para la obtención de los documentos requeridos por los clientes, ante los Ministerios de Hacienda, Relaciones Exteriores, DAS, Medio Ambiente y otras entidades.

### **Pasajes Internacionales**

En este departamento prestan los siguientes servicios:

- Expedición de pasajes
- Consecución de reservas aéreas nacionales
- Información acerca de itinerarios de vuelos
- Pasajes a los diferentes puntos del país
- Revisión de tiquetes
- Reconfirmación y modificación de reservas aéreas

### **Servicios en los aeropuertos**

Cuentan con oficinas en Barranquilla, Cali, Cartagena, Medellín, Río negro, San Andrés, Santa Marta y Bogota, donde sus clientes reciben servicios relacionados con su viaje, como traslados desde su residencia al aeropuerto y viceversa, entrega del pasabordo (si la aerolínea lo permite), búsqueda de equipaje extraviado, servicio gratuito de recubrimiento de termosellado para el equipaje de personas que viajen hacia el exterior desde El Dorado, correo expreso entre aeropuertos, servicio del alquiler de teléfonos celulares y venta de seguros de vuelo.

### **Courier nacional e internacional**

Servicio de mensajería urbana nacional con AVIA EXPRESS y courier puerta a puerta internacional a través de DHL Worldwide Express.

### **Excursiones nacionales e internacionales**

Es la sección encargada de organizar excursiones dentro y fuera del país como reservas individuales o de grupos, ofrecen variedad de programas para este tipo como: viajes culturales, profesionales, arqueológicos, musicales, peregrinaciones, caminatas, chequeos médicos.

### **Congresos y convenciones en Colombia y en el exterior**

Aviatur presta el servicio de asesoría y coordinación en eventos y específicamente en los siguientes aspectos:

- Asesoría en la selección del lugar del evento
- Fijación de costos
- Objetivos del evento
- Selección de la época de la reunión
- Divulgación del congreso (folletos, plegables y avisos)
- Equipos de traducción simultánea
- Escarapelas
- Protocolo e invitaciones
- Reservación de habitaciones en hoteles
- Asistencia en el aeropuerto
- Transporte colectivo
- Obsequios a los delegados
- Servicio de seguridad y enfermería

### **Ferias y exposiciones**

Este departamento ofrece los siguientes servicios: Suministro de información de las diferentes ferias, bloqueo con un año de anticipación de habitaciones en las ciudades donde se realizan las principales ferias, envío de derechos de registro e inscripción de participantes.

### **Cooperativas y fondos de empleados**

A través de este departamento se efectúan planes especiales para fondos de empleados y venta de excursiones con descuentos especiales.

**Transporte estudiantil, excursiones para colegios, programas de intercambio.** Este departamento se encarga de la coordinación de viajes para estudiantes en Colombia y en el exterior, adicionalmente Aviatur S.A. ofrece el servicio de albergues juveniles.

### **Cursos de idiomas**

Coordina viajes para cursos de idiomas en el exterior, años académicos, campos de verano y certificados de estudio.

### **Transporte para comunidades religiosas**

Por medio de este departamento se ofrece el servicio de transporte para religiosos, con descuentos especiales ofrecidos por los proveedores de servicios.

### **Turismo receptivo**

Coordina los recorridos de los turistas que vienen del exterior en grupos o individualmente. Ofrece servicios como el de traslados desde y hacia los aeropuertos, excursiones, y reservas hoteleras.

### **Vuelos fletados**

Aviatur está en capacidad de fletar con las diferentes aerolíneas nacionales e internacionales vuelos comerciales o privados en viajes de turismo, ejecutivos, convenciones y transporte de carga.

### **Actividades subacuáticas**

Promociona excursiones relacionadas con la actividad subacuática a nivel nacional e internacional, organiza cursos básicos de buceo y especialización, coordina eventos tales como campeonatos, simposios y asambleas. Adicionalmente Aviatur S.A. dispone de un centro de buceo (Mona Prieta en la Isla de Barú) con capacidad para alojar 16 personas.

### **Viajes de incentivo**

Ofrece asesoría en los siguientes aspectos: Presupuesto, tiempo de duración de la promoción, selección del tema del viaje de incentivo y de los programas futuros, normas del concurso, seguimiento del programa, coordinación y realización del viaje.

## BIENES Y SERVICIOS

Para el diseño de la anterior línea de productos se debe tener que existen unos bienes y unos servicios que son la parte tangible e intangible de la que se conforma cada uno de los productos que se ofrece al mercado, los bienes son todos aquellos equipos, material instrumental, de comunicaciones, infraestructura, soportes, publicidad, entre otros; los servicios son la parte intangible de estos bienes, lo que hace crear la motivación y expectativa para la compra.

<b>BIENES Y SERVICIOS DE AVIATUR AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO</b>	
<b>BIENES</b>	<b>SERVICIOS</b>
<b>INFRAESTRUCTURA</b> (Oficina principal, oficinas en diferentes puntos de la ciudad y el país, agencias filiales a la organización)	Tramites de documentación (visas, pasaportes, permisos, pasado judicial, etc.)
<b>EQUIPOS</b> (Computadores, impresoras, fotocopiadoras, maquinas, plasmas)	Reservas nacionales e internacionales (presénciales y no presénciales)
<b>COMUNICACIONES</b> (Teléfonos, fax, Internet- redes, Chat)	Cruceros (Avía Caribbean),
<b>MATERIAL FÍSICO</b> (folletos, broshures, manuales, portafolios, revistas)	Operadores turísticos en todo el mundo
<b>REDES</b> (Web, asesoría en línea, portal virtual, agencia de viajes virtual, revistas interactivas)	Excursiones nacionales e internacionales
	Congresos, ferias, viajes de incentivo, entre otros.

## **ÁREAS Y PROCESOS**

### **Excursiones Nacionales e Internacionales**

El objetivo de esta área es promover los viajes, programas y asesorías en excursiones nacionales e internacionales.

#### *Funciones de los asesores*

- Orientar
- Reservar
- Confirmar
- Dar recomendaciones

Nunca se lleva un proceso lo que importa es que el pasajero obtenga una satisfacción excelente.

Se lleva un seguimiento desde la pre - venta hasta la post venta.

#### *Manejo de clientes*

A cada cliente se le da un servicio especializado, se lleva un seguimiento personal, se le realiza una encuesta de servicio, todos los clientes tienen la misma importancia. Lo más importante es la satisfacción que obtuvo.

#### *Ventas realizadas en esta área*

- Planes internacionales
- Asesorías
- Excursiones
- Tiquetes
- Cruceros
- Asistencia médica

#### *Objetivos de venta de las excursiones*

Satisfacción del cliente por encima de todo y la atracción de más clientes.

#### *Herramientas de venta*

Sistemas de reservas, disponibilidad, convenios, búsqueda de programas.

### *Hacia que lugares se realizan las excursiones*

A cualquier parte del mundo incluyendo lugares poco reconocidos y escuchados, todos los destinos posibles a nivel nacional e internacional.

### *Tipos de venta de las excursiones*

- Corporativos
- Counter
- Grupos
- Estudiantes
- Incentivos
- Tercera edad
- Fines de investigación
- Culturales
- Actividades arqueológicas, etc.

### *Proceso de venta*

- Lo que el pasajero desee
- Definición del destino
- Fechas de salida
- Rutas
- Visas y documentación
- Precios
- Servicios adicionales y/o especiales
- Costos finales
- Facilidades de pago
- Forma de pago
- Entrega de vouchers, tiquetes, demás
- Post venta (personal de cada asesor, evaluación de la satisfacción del cliente)

La venta siempre se realiza de acuerdo a la época, esto es escogido por el pasajero

Diciembre – invierno caribe, sur América, campos de ski

Febrero y marzo – Europa

Junio – programas de quinceañeras

Septiembre y agosto – sol y playa

Para el pago de las excursiones cuando el pasajero no posee los dólares la agencia hace la conversión a dólares y ella se encarga de realizar lo demás, el

pasajero no tiene la necesidad ni la obligación de pagar en la moneda requerida, la compra de la moneda la hace la agencia al Banco de la Republica directamente.

### *Servicios adicionales*

- Envío de tiquetes a domicilio
- Asesoría y guía al pasajero en general
- Recomendaciones a los pasajeros de acuerdo al destino
- Atención en línea

### *Servicios especiales que se manejan en grupos*

Comidas, alojamiento, transporte según el pasajero lo desee y en cualquier parte del mundo, estos servicios se prestan a todos los tipos de pasajeros y en especial a pasajeros con discapacidades físicas según las necesidades del cliente.

## ASESORIA EN LÍNEA

Aviatur S.A. posee en su página Web un Chat de asesoría en línea, donde se encuentran asesores entrenados para dar respuestas y asesoras a los usuarios con respecto a tiquetes, vuelos, transporte terrestre, cruceros, eventos, excursiones y documentación, esta asesoría se basa en preguntas generalizadas y un poco básicas sobre los temas de igual manera no están autorizados a dar mucha información de igual manera siempre dan los contactos necesarios para que el cliente se pueda comunicar adonde lo puedan asesorar de una manera mas personalizada.

Esta forma de asesoría en línea esta abierta durante las 24 horas del día, en el momento en que no se encuentre disponible ninguno de los asesores el usuario puede dejar un mensaje con sus datos electrónicos para dar respuesta, un usuario no tarda más de un día esperando su respuesta.

Las ventajas que tienen estas asesorías es que es allí donde los usuarios pueden aclarar dudas que se le hayan olvidado resolver en el momento de la asesoría física, además que allí los usuarios obtienen también una mas amplia idea de lo que desean comprar para el momento en que se comunican con un asesor de servicio al cliente ya sepan que y como desean sus productos.

### Información dada en este medio

- Buscador
- Cotización de programas: grupos, excursiones nacionales e internacionales
- Cambios en tarifas de último minuto
- Asistencia y orientación en documentación
- Requisitos de niños
- Legalización de documentos
- Asistencia en preguntas sobre reservas
- Tarifas promocionales

Este programa de asesoría en línea esta supervisado por el departamento de servicio al cliente, quien es el que verifica el proceso de atención y respuesta a las inquietudes.

## **El proceso de la asesoría en línea**

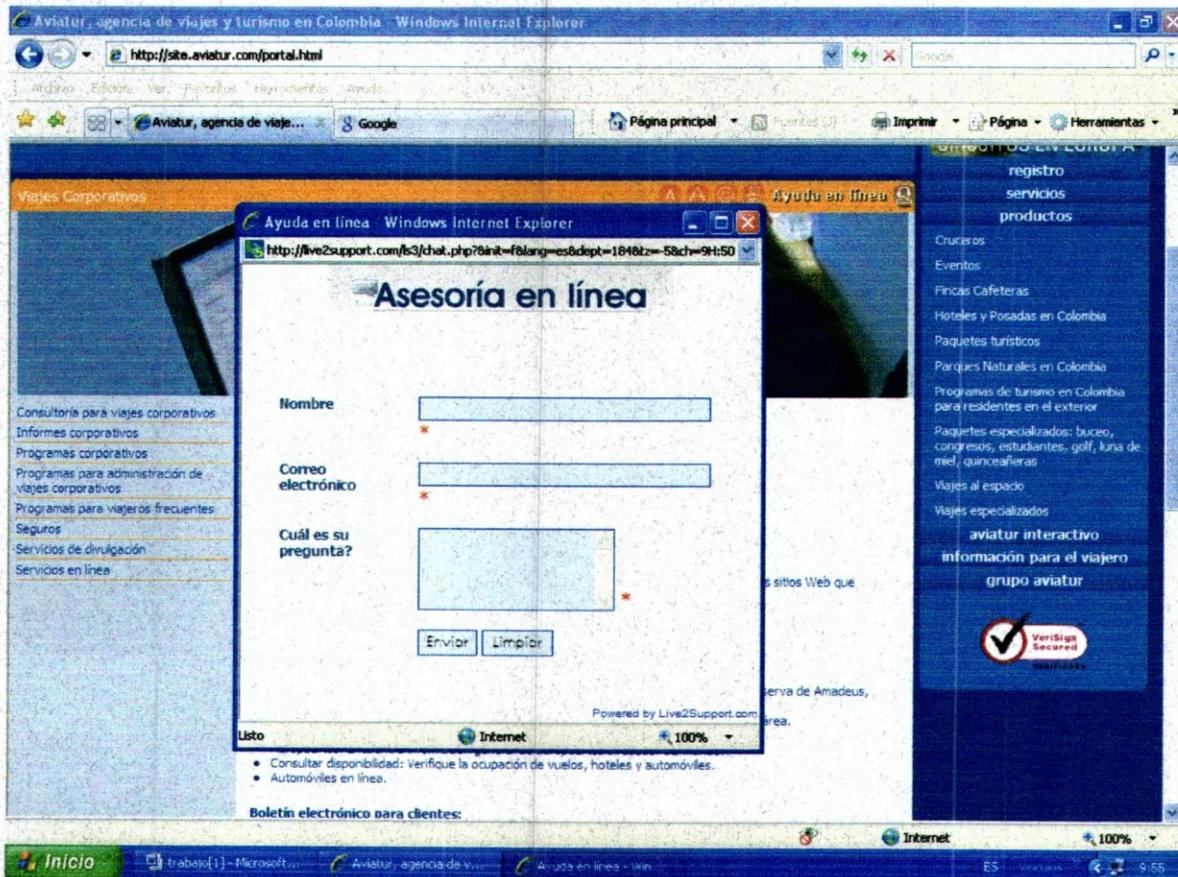
- El usuario deja su nombre y su inquietud en un cuadro esperando respuesta
- Recibe un saludo muy cordial
- Se le da la respuesta a su inquietud
- Se da la información para que verifique y confirme la información
- Realizan preguntas con respecto a lo que el usuario este buscando o solicitando
- Le hacen saber todo lo que debe tener en cuenta para el trámite
- Se le informa a que puntos se debe acercar para la ayuda física
- Siempre se dirigen de forma respetuosa y cordial
- La despedida es en primer lugar una frase de agradecimiento por comunicarse con el sistema de asesoría en línea
- Y por consiguiente se desea un feliz resto del día entre otras anotaciones

Algo muy importante en la atención es que siempre se dirigen con el mayor respeto, y según el título del usuario;

- Si señor
- Si señora
- Si claro
- Con todo gusto
- Un momento por favor
- Tiene alguna pregunta más
- Puedo ayudarle en algo más
- Esperamos que el servicio haya sido de su agrado

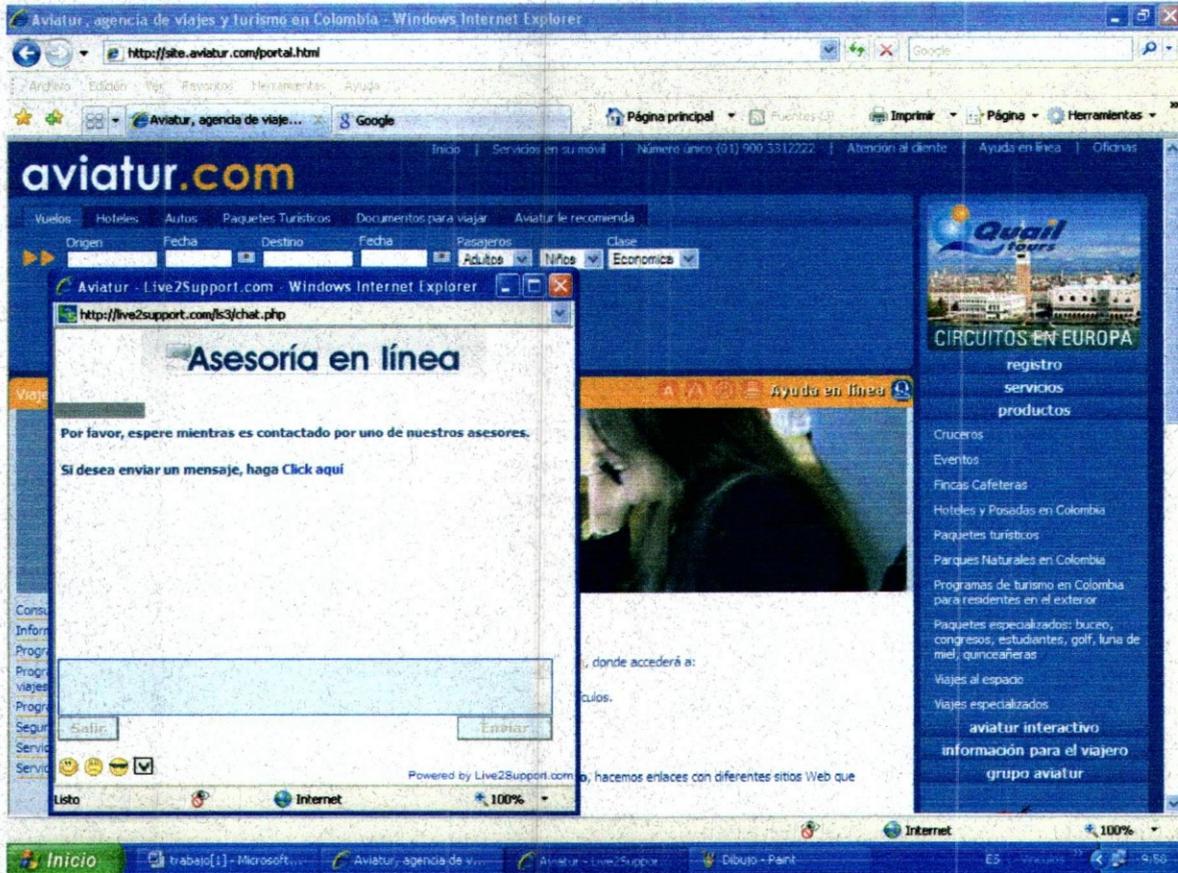
Entre otras frases de cordialidad establecidas como normas de respeto y atención al cliente sin importar quien sea este siempre se trata con el mayor respeto.

## ASESORIA EN LÍNEA



### Como funciona

En la franja naranja de cuadro se indica el link de ayuda en línea, al darle un clic hay aparece inmediatamente este cuadro de asesoria donde el usuario debe colocar su nombre, dirección de correo electrónica, y su pregunta, luego presiona enviar y aparecerá la siguiente pantalla.

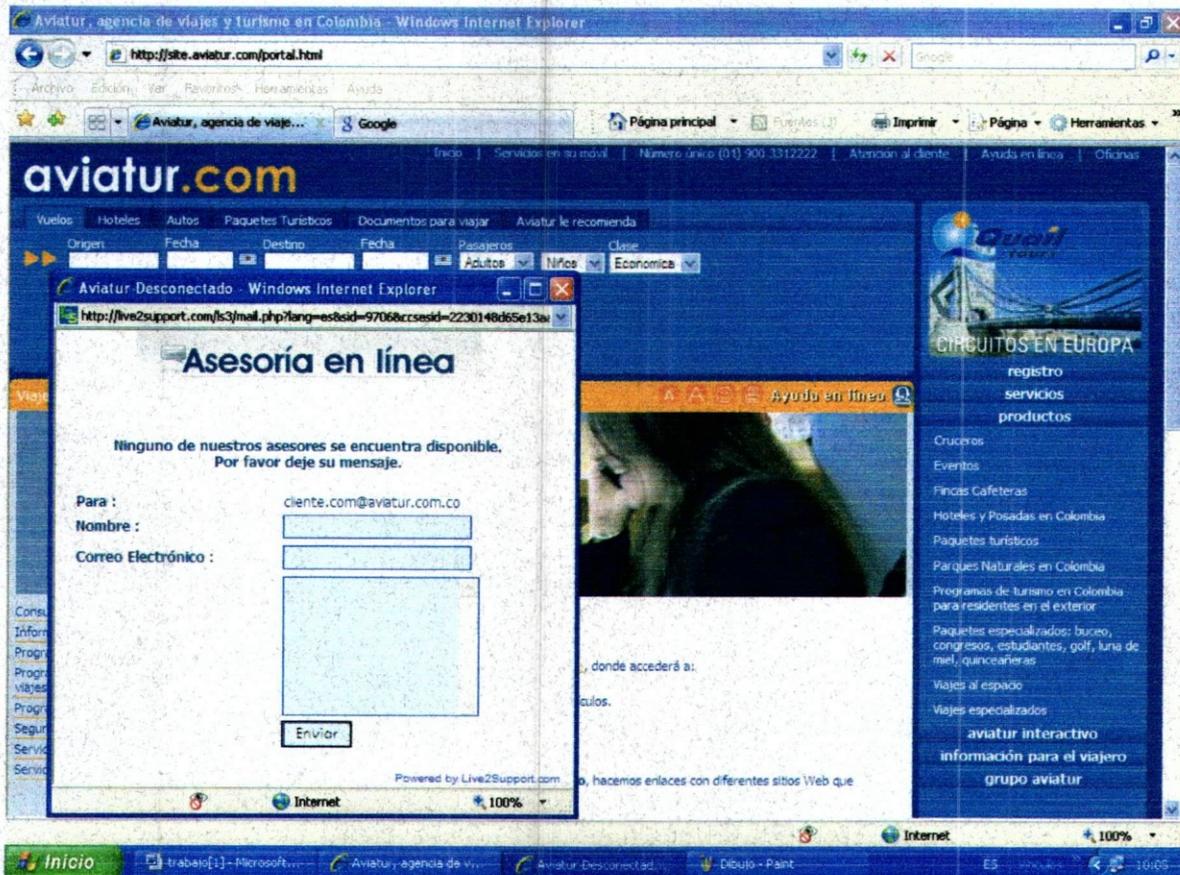


Este cuadro ya es el Chat de mensajería instantánea de aviatour S.A. donde se espera a ser contactados por uno de los asesores.

Posteriormente en el cuadro aparecerá el nombre del asesor y su fotografía en la parte derecha del cuadro.

Una vez contactado se da inicio a la ayuda para el usuario en lo que este haya solicitado.

Cuando no hay ninguno de los asesores disponibles aparece una pantalla donde el usuario puede dejar su mensaje para esperar respuesta a su mail antes que se pasen las 24 horas de enviado el mensaje. La ventana es la siguiente:



**Asesoría en línea**

Ninguno de nuestros asesores se encuentra disponible.  
Por favor deje su mensaje.

Para : cliente.com@aviatur.com.co

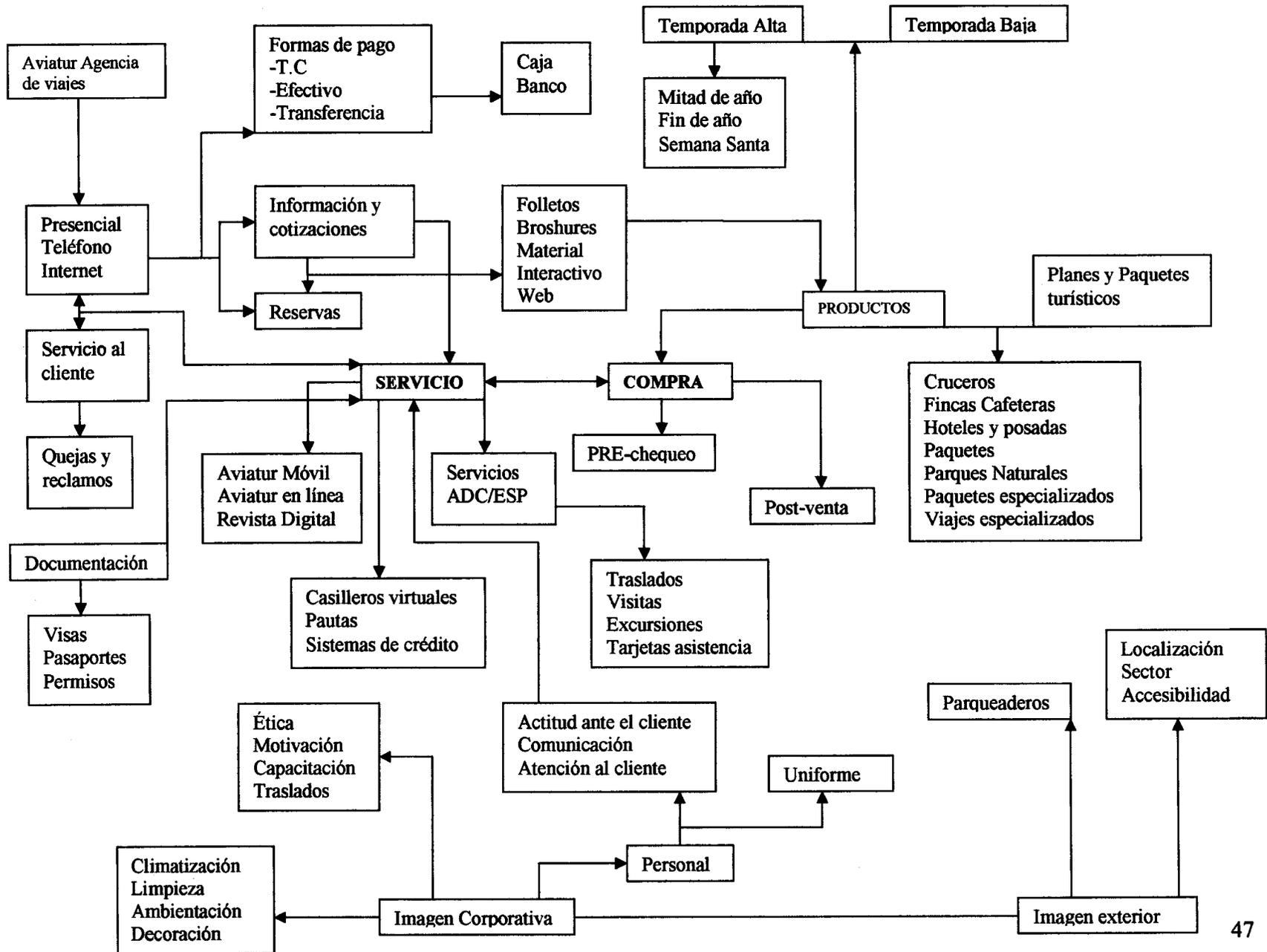
Nombre :

Correo Electrónico :

Powered by Live2Support.com

Internet 100%

## GRAFO DE SERVICIOS



## ARGUMENTACION GRAFO DE SERVICIOS

El grafo de servicio de Aviatour da inicio en las entradas que tienen los clientes para tener contacto con la empresa, estas son la entrada presencial, telefónica e Internet, donde el siguiente paso será la preferencia del cliente ya sea solo información, cotización o reserva. De aquí se desprenden varios aspectos a tener en cuenta como lo son el material de apoyo para la información que ofrece el asesor, los productos, planes, temporadas. Esto esta rodeado en la parte superior izquierda por el servicio al cliente, departamento de quejas y reclamos y pagos según recorrido del cliente dentro de la organización.

En el centro del grafo se encuentran los puntos más importantes de todo el proceso que son el Servicio y la Compra, como focos que inician el espiral de tareas y procesos dentro de dicha organización. Bajo estos índices de foco se encuentran los servicios especiales – adicionales (traslados, visitas, excursiones, etc.), documentación, los servicios ofrecidos a través de la página Web, que se rodean finalmente por la imagen corporativa de la empresa conformada por: el personal, presentación, capacitación, limpieza; además de la imagen exterior de la empresa conformada por la accesibilidad, parqueaderos, localización, sector, etc.

En este grafo de servicio se enuncian dichos aspectos ya que son los mas representativos e importantes según la evaluación realizada por el equipo de trabajo frente a los procesos y procedimientos que se realizan diariamente en las actividades básicas del servicio de Aviatour agencia de viajes y turismo, las cuales se basan únicamente en la solicitud de información, cotizaciones y compras por los diferentes medios que la empresa tiene para ofrecerle a sus clientes.

El punto más importante que genera dicha empresa con cada proceso y procedimiento es la calidad desde el más mínimo aspecto que incurra en el proceso de servicio hasta el aspecto más importante para el cliente. Todo proceso dentro de esta organización se basa en los estándares de calidad tomados como norma y principio no solo dentro de la sede principal sino también dentro de sus empresas y agencias, además que cada proceso incluye siempre al cliente como el punto mas importante de cada una de las actividades y pasos a seguir, en el momento en que el cliente este insatisfecho el proceso de servicio se daña completamente es por esto que los asesores tienen una gran tarea al momento de ofrecer un producto dado que en la actualidad y dentro de la sociedad ya importa mas la atención, asesoría, comodidad y demás que el precio, y si algún punto de servicio causa una mala impresión para el cliente puede tener consecuencias en la decisión de continuar con el servicio y llegar al momento de compra.

## DIAGRAMA DE SERVICIÓN

	Nombre de Agencia, logo tipo	Limpieza, decoración, ambientación.	Presentación	Rapidez, cordialidad	Productos y servicios	Herramientas tecnológicas	Folleto, brochures, material interactivo	Toma de datos	Departamento de documentación	Efectivo, Transferencias bancarias, Tarjeta de crédito	Mensajería, presencial	Encuesta de satisfacción	
Reconocer la agencia	●												Imagen exterior, ubicación
Percepción del ambiente		●											Imagen corporativa
Presentarse en recepción			●										Recibimiento del cliente
Dirigirse al asesor				●									Guía hacia el asesor indicado
Conocimiento de productos y servicios					●								Asesoría según inquietudes y solicitudes
Solicitud de información y cotización						●							Búsqueda de alternativas
Evalúa y compara opciones							●						Presentación de material de apoyo
Reserva								●					Operadores y sistemas
Asesoría, documentación y destino									●				Toma de datos
Formas de pago y depósitos										●			Costos
Emisión de documentos											●		Operadores
Post venta												●	Comunicación, asesor - cliente

## **ANALISIS DE SERVUCION**

En primer lugar podemos encontrar lo concerniente con el reconocimiento de la agencia, principalmente empieza por el nombre de la organización la cual es muy conocida en el país y en el exterior ya que es la empresa pionera en turismo; de acuerdo con el logotipo e imagen exterior, esta diseñado conforme a las proporciones y colores establecidos por la empresa la ubicación de cada una de estas se encuentra en lugares estratégicos donde hay flujo de personas las cuales están en bastante comunicación con este medio.

En percepción del medio ambiente es todo lo que tiene que ver con la parte interna de la empresa en la cual podemos encontrar la limpieza que debe ser impecable tanto en las oficinas como en toda la organización en cuento a la decoración debe ser calida la cual presta tranquilidad y seguridad ante todo a los clientes esto se da según normas establecidas por la organización.

La primera percepción del cliente es cuando lo saludan lo cual siempre lo hace el recepcionista en el cual debe estar con una presentación personal impecable y usando un dialecto adecuado y amable para el recibimiento de los consumidores.

El recepcionista tiene la obligación de dirigir al cliente a un asesor el cual, el asesor saludara usando el lenguaje apropiado e invitándolo a sentarse y ofreciéndole alguna bebida para después atender las solicitudes del usuario rápido, amable y respetuosamente cubriendo las expectativas de este.

En cuanto a los conocimientos de los productos y servicios todos los asesores están capacitados para dar asesoramiento a las inquietudes requeridas por los clientes ya que este trato se debe dar a todos los interesados.

Los asesores deben darles información y cotizaciones a todos los clientes a si sea por primera vez ya que ellos no sabrán si estos puedan ser los pasajeros de un futuro; no se debe hacer ninguna diferencia por rango en la atención al cliente. En cuento a tecnología, Aviatour cuenta con las mejores herramientas en las que encontramos central de reservas call center, Internet y pagina Web en la cual los usuarios se pueden informar y hacer sus cotizaciones.

En cuanto al material de apoyo los asesores deben dar folletos brochures etc. todo el material interactivo necesario para que los clientes evalúen y escojan su mejor opción de viaje para satisfacer sus mismas necesidades.

Después de darle todas las indicaciones y alternativas necesarias a los cliente ellos escogen su opción y nuevamente se dirigen al asesor y el les tomara

datos, y concluyera las reservas con terceros para que el usuario tenga un viaje placentero a su lugar de destino.

Aviatur cuenta con un departamento de tramite de documentos y permisos ante entidades como ministerio de ascienda, das, medio ambiente etc. Esto se da para los pasajeros que se marchan fuera del país.

En esta entidad se pueden realizar pagos con tarjeta de crédito, pagos en el banco GNB sudameris- Aviatur, entre otros los cuales son muy cómodos para nuestros pasajeros.

En la post venta es cuando el asesor se comunica con el cliente recordándole la fecha, hora de su viajes etc. Después del regreso del pasajero a su lugar de origen se le elabora una encuesta de satisfacción haber si su viaje fue de su agrado, y si este fue negativo se tomaran las medidas necesarias para que estos inconvenites no se vuelvan a prestar con demás clientes.

## CLASIFICACION DE SERVICIOS DE LA OFERTA EN RELACIÓN A ORIGEN Y NATURALEZA

ORIGEN	FISICOS	NATURALEZA DE LOS SERVICIOS		PSICOLOGICOS
		FUNCIONALES		
		COMERCIALES	FINANCIEROS	
<b>PRODUCTO Y FABRICANTE</b>	<p>Presentación de los productos se hace por medio de folletos brochures, pagina Web, revista interactiva entre otros.</p> <p>La calidad para Aviatour es indispensable esta basada desde el uso del uniforme, la presentación personal, las formas de expresión ya que esto permite ofrecer productos y servicios que se ajusten a las necesidades del cliente y procurando sobre pasar sus expectativas.</p> <p>La imagen corporativa se maneja por medio de sus empleados, el uso del uniforme, la actitud ante el cliente, la ética comercial, las comunicaciones, el logotipo, las instalaciones de la empresa, las expectativas de calidad y la protección del medio ambiente.</p> <p>El diseño de la compañía se usara conforme a las proporciones y colores</p>	<p>La calidad de presentación de la información para Aviatour debe ser excelente, perfecta y ante todo bien hecha ya que para la organización esto es un todo. <b>(ORDEN)</b></p> <p>La cantidad de folletos y brochures se utilizaran los que sean necesarios para la atención al cliente y la satisfacción de este.</p>	<p>Precios</p> <p>Promociones</p>	<p>Imagen general del producto</p> <p>Calidad de imagen y material</p>

<p style="text-align: center;"><b>ORGANIZACIÓN Y ESTABLECIMIENTO</b></p>	<p>establecidos.</p> <p>La limpieza es fundamental para la organización ya que esta debe permanecer en impecable estado</p> <p>La climatización se realiza por áreas por medio del aire acondicionado.</p> <p>Los empleados de Aviatour son parte fundamental de la organización los cuales deben seguir las normas y políticas que a ellos rigen.</p> <p>La división de oficinas se realiza para identificar cada departamento de la agencia de viajes y así permitir fácil acceso a los clientes.</p> <p>La decoración se realiza según las normas establecidas por la empresa, sin material publicitario adherido a los muebles y equipos, se utilizaran flores naturales nunca artificiales. Los Espacios de espera son equipados con muebles cómodos y una decoración que inspire tranquilidad y seguridad.</p>	<p>Los Productos que se ofrecen en Aviatour se caracterizan por su calidad y por ofrecer productos que van mas allá de las expectativas del cliente.</p> <p>Los operadores que se manejan en Aviatour le brindan al cliente seguridad en su viaje y la misma calidad que este utiliza como lo son las Aerolíneas, hoteles, alquiler de Autos entre otras.</p> <p>La información se maneja directamente en la agencia o por medio del teléfono o por Internet que se realiza por la asesoría en línea.</p> <p>El sistema que se maneja en Aviatour es el sistema bolívar que permite el manejo administrativo, financiero y comercial de la agencia de viajes.</p> <p><b>Atención día continuo</b> <b>Atención días sábados</b></p> <p>La asesoría en línea las 24 horas que posee Aviatour es un chat donde el cliente se encuentra con un asesor entrenado para dar respuesta y asesorar a los usuarios según su inquietud.</p>	<p>Los pagos se pueden realizar con tarjeta de crédito, Efectivo o Transferencias bancarias.</p>	<p>La imagen interior es fundamental para la Organización por que en ella se refleja el manejo de espacios y de esta manera brindar mayor comodidad al cliente.</p> <p>La imagen exterior (afuera de la oficina) es esencial para Aviatour ya que esto es lo que identifica por el manejo del color azul y blanco.</p> <p><b>La localización</b></p> <p>La seguridad se maneja por medio de circuito cerrado que permite la seguridad tanto para el cliente como para la agencia.</p> <p>Los uniformes permiten la diferenciación de otras empresas y a mantener la imagen corporativa en un alto nivel de reconocimiento.</p>
<p style="text-align: center;"><b>PERSONAL DE LA ORGANIZACION</b></p>	<p>La asesoría se realiza presencial por Internet o por teléfono cumpliendo con normas de urbanidad establecidas por la</p>	<p>La solicitud (telefónica, vía Internet y presencial) debe seguir las reglas implementadas en la organización los clientes deben ser atendidos rápida amable y respetuosamente.</p>	<p>Los viajes de incentivo ofrecen asesoría en los siguientes aspectos: presupuesto, tiempo de duración de la promoción,</p>	<p>La capacitación es la estimulación que la organización brinda a quienes la conforman.</p>

	<p>organización.</p> <p>Las cotizaciones se pueden realizar por medio de un asesor en línea quien lo informara y lo guiara sobre la solicitud que el cliente requiera también se puede realizar directamente con el asesor.</p> <p>Los pagos se realizan en la caja de las oficinas de Aviatur en efectivo o con tarjeta de crédito.</p> <p>La entrega de documentos se realiza al cliente por medio del mensajero si así lo requiere o sino directamente el cliente en el departamento de documentación.</p>	<p>Los asesores atenderán a los clientes tratando en lo posible de solución cualquier solicitud hecha por ellos.</p> <p>El servicio de mensajería se realizara para facilitar la entrega de documentos a los clientes</p>	<p>coordinación y realización del viaje.</p> <p>El fondo de empleados es un departamento donde permite efectuar planes especiales para el fondo de empleados.</p> <p>El manejo de ingles es fundamental en la organización ya que los asesores lo deben manejar muy bien para atender a los clientes de cualquier lugar del mundo.</p> <p>Aviatur se caracteriza por tener suficientes empleados para brindar al cliente comodidad y confianza la agencia de viajes cuenta con 2100 empleados.</p> <p>Las funciones definidas y establecidas se realizan por departamentos para mayor comodidad del usuario a la hora de una solicitud específica.</p>	<p>Los Ascensos y traslados están regidos por la decisión de un comité el cual esta conformado por representantes de varios departamentos.</p>
--	---	---	--	--

## FLUJO DE SERVICIOS

<b>ANTES DE LA COMPRA</b>		<b>DURANTE LA COMPRA</b>	<b>DESPUES DE LA COMPRA</b>
<i>FUERA</i>	<i>DENTRO</i>		
<p>El Parqueadero lugar donde los clientes, proveedores y demás pueden dejar sus carros con la mayor confianza.</p> <p>El Internet medio principal e indispensable para Aviatour donde el usuario encuentra todo lo necesario para resolver sus inquietudes la pagina es: <a href="http://www.aviatur.com">www.aviatur.com</a></p> <p>El Teléfono principal es un conmutador donde lo comunican con la persona que este solicitando la música utilizada en el conmutador es "Nuevo Estudio de Chopin No 1"</p> <p>Los Avisos publicitarios se usan conforme al diseño proporciones y colores establecidos los cuales son: azul y blanco.</p> <p>La Imagen Exterior es visible para la identificación con otras agencias manejando los colores azul y blanco que lo identifican.</p> <p>Esta localizada en la Av. 19 No 4 – 62 donde se tiene acceso al transmilenio y a la carrera 10.</p> <p>El sector de la 19 es muy transitado y comercial tiene buenas vías de acceso.</p>	<p>La música que se permite utilizar en la Agencia es únicamente en los conmutadores y es el Nuevo Estudio de Chopin No 1.</p> <p>El área de limpieza esta dividida por oficios varios como las aseadoras, las personas que se encargan de la cafetería entre otros.</p> <p>La ambientación está el manejo de colores Azul y Amarillo que inspiran tranquilidad e identificación, el manejo de luces, las salas de star por áreas que brindan comodidad y el uso de cubículos en vidrio que generan un ambiente de transparencia.</p> <p>La Decoración se muestra con sus muebles, cuadros, artesanías representativas a la cultura colombiana, peceras y demás.</p> <p>La Seguridad es por medio de circuitos cerrados donde brinda seguridad a los clientes y ala organización.</p> <p>La Climatización es utilizada con aire acondicionado por áreas o zonas.</p> <p>La Imagen es utilizada con los avisos publicitarios destacados por el color azul y blanco que son los colores representativos.</p> <p>Calidad, marca (operadores) es lo que</p>	<p>El Asesoramiento se realiza según la necesidad de cada cliente tratando de solucionar las inquietudes de este.</p> <p>La Información se encuentra directamente en la agencia, o por medios electrónicos como el Internet que brinda la asesoría en línea o por el teléfono.</p> <p>Los Planes y paquetes turísticos es uno de los tantos servicios que ofrece la agencia tratando de sobrepasar las expectativas de los clientes.</p> <p>Los Operadores parte fundamental de la agencia se manejan los hoteles, aerolíneas entre otras.</p> <p><b>Precios</b></p> <p><b>Promociones</b></p> <p>Los Pagos se realizan en efectivo o (crédito) se aceptan todo tipo de tarjetas de crédito.</p>	<p>La Entrega de documentos de viaje (vouchers, tkts, visas, pasaporte permisos) se entregan directamente a cliente en el departamento de documentación o como el cliente lo solicite.</p> <p>Los Cambios de productos o paquete: los puede realizar el cliente con días de anterioridad según el plan que este haya comprado lo realiza directamente con el asesor o por Internet.</p> <p><b>Los Reembolsos</b></p> <p>La Post venta se lleva a cabo después de que el pasajero haya realizado su viaje donde el asesor se comunica con el y le pregunta si fue de su total agrado y lleno sus expectativas.</p> <p>Para la solución de Quejas y reclamos se realizan directamente con el asesor o con servicio al cliente por medio de Internet llenando el formato de quejas y reclamos.</p>

- 56, LABORATORIOS LA SANTE
- 57, L'OREAL COLOMBIA S.A.
- 58, COMITE INTERNACIONAL DE LA CRUZ ROJA
- 59, C.I. PRODECO S.A.
- 60, SYNGENTA S.A.
- 61, ASSENDA S.A.
- 62, INDUSTRIA DE ALIMENTOS ZENU S.A.
- 63, PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
- 64, SERVICIOS NACIONAL DE CHOCOLATES S.A - E
- 65, LAFRANCOL S.A.
- 66, DIAGEO COLOMBIA S.A.
- 67, DELOITTE & TOUCHE LTDA.
- 68, OFICINA CONTRA LA DROGA Y EL DELITO
- 69, BIOFILM S.A.
- 70, BANCO DE CREDITO
- 71, GNC S.A.
- 72, ICONTEC
- 73, IICA
- 74, COMPANIA DE GALLETAS NOEL S.A.
- 75, CARVAJAL S.A.
- 76, AVON COLOMBIA LTDA.
- 77, SEGUROS DEL ESTADO
- 78, CONVENIO ANDRES BELLO - SECAB
- 79, SENADO DE LA REPUBLICA
- 80, UNIVERSIDAD DEL NORTE
- 81, ASEGURADORA COLSEGUROS S.A.
- 82, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
- 83, DELOITTE ASESORES Y CONSULTORES LTDA.
- 84, AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA.
- 85, COMPANIA ASEGURADORA DE FIANZAS S.A.
- 86, PRINCESS CRUISES LINES
- 87, PORVENIR S.A. - PENSIONES Y CESANTIAS
- 88, ACERIAS PAZ DEL RIO S.A.
- 89, REFINERIA DE CARTAGENA S.A.
- 90, SISTOLE S.A.
- 91, AMWAY COLOMBIA
- 92, MI OVERSEAS LIMITED
- 93, TIMHOTEL OPERA RICHELIEU
- 94, ALIMENTOS CARNICOS S.A.
- 95, BANCO COLPATRIA
- 96, COMERCIALIZADORA NACIONAL SAS LTDA.
- 97, GOODYEAR DE COLOMBIA S.A.
- 98, EPSA S.A. E.S.P.
- 99, SCHNEIDER ELECTRIC DE COLOMBIA S.A.
- 100, CRISTALERIA PELDAR S.A.

## ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

Los atributos del producto fueron sacados en base a la encuesta de satisfacción realizada por Aviatour a sus clientes la cual también se tomo para la encuesta realizada por el grupo. Los aspectos de evaluación de los productos se dividen en Atención, Asesoría, Servicios complementarios, Instalaciones físicas, Horarios de Atención.

### 1. ATENCION

- Cuenta con facilidad en el acceso telefónico.

Cuenta con facilidad en el acceso telefónico; ya que Aviatour cuenta con el conmutador que se encuentra en recepción donde se atienden las llamas de los clientes y este inmediatamente lo comunican con el departamento al cual solicita. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 53%.

- Efectividad en la atención telefónica.

El asesor o el departamento que reciba una llamada esta en la obligación de dar respuesta a la solicitud realizada por el cliente y demás las llamas se atenderán sin excepción. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 52%.

- Se obtiene agilidad en la respuesta a cotizaciones o solicitudes de información.

La agilidad en la respuesta de las cotizaciones o información requerida es puntual y rápida ya que cuenta con una herramienta que permite dar al asesor la información requerida por el cliente. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 54%

- Manejo de cambios en los viajes.

El manejo de los cambios se realiza a solicitud del cliente y desde que el sistema lo permita. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 49%.

- Entrega oportuna de los documentos de viaje (tiquetes, formulario de confirmación de reserva)

Se realiza la emisión de tiquetes y entrega de documentos cuando el viaje a sido confirmado por el cliente y se acuerda con este la entrega respectiva de los mismos. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 56%

- Amabilidad

Es una de las características de cada persona que hace parte de la organización para brindarle al cliente un ambiente de respeto y seguridad. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 58%.

- Habilidad para resolver inconvenientes.

Se cuenta con el departamento de servicio al cliente o el mismo asesor esta en la capacidad de responder a los inconvenientes que se le puedan presentar con el servicio prestado procurando dar respuesta inmediata. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 54%

## **2. ASESORIA**

- Atención y cumplimiento de las condiciones previamente establecidas por la empresa (políticas de viaje).

Se cumple a cabalidad con las políticas establecidas por la organización para prestarle un buen servicio al cliente. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 42%

- Atención y cumplimiento de los acuerdos previos de tarifas establecidos entre la empresa y el proveedor (aerolínea, hotel)

Las tarifas establecidas con las aerolíneas y hoteles en cotizaciones e información están sujetas a cambios o por lo contrario se mantienen las tarifas establecidas cuando se realiza la emisión del tiquete. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 53%.

- Atención a las preferencias de los viajeros.

Aviatur presta atención en las preferencias que el viajero solicita sobrepasando las expectativas de este. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 46%.

- Ofrecimiento de varias alternativas para viajes.

Cuenta con una herramienta que le permite al asesor dar alternativas al viajero en cuanto a los planes que este a solicitado. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 57%.

- Información de itinerarios.

Esta información se da de acuerdo a las necesidades que el cliente solicita. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 56%.

- Información de servicios prestados por hoteles y otros proveedores para los viajes (compañías de alquiler de vehículos, asistencia en viajes, etc.)

La información de los servicios de alquileres de autos y demás se da de acuerdo a las necesidades de los clientes tomados estos como servicios adicionales. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 54%.

- Aplicación de tarifas.

Se hace la aplicación de acuerdo a las solicitudes realizadas por los viajeros. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 53%.

- Total claridad y precisión con las cuales el asesor informa las condiciones y restricciones de los tiquetes o planes.

El asesor comunica al pasajero todos los requisitos necesarios para el viaje. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 57%.

- Seguimiento por parte del asesor para la confirmación de reservas, emisión de tiquetes y otros documentos necesarios para el viaje e información de cambios.

El asesor realiza un seguimiento puntual de los servicios que el ofrece para así tener conocimiento de las necesidades de este. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 55%.

### **3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

- Asesoría y trámites de documentos.

En este departamento se realizan los trámites correspondientes a los documentos requeridos por el viaje. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 55%.

- Atención de las oficinas e los aeropuertos principales

Esta atención se presta en 7 ciudades donde hay oficinas que presta el servicio las 24 horas. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 36%.

- Entrega de tiquetes en otras ciudades.

Se coordina la entrega de los tiquetes en otras ciudades a solicitud del viajero. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 44%.

- Eficiente proceso de facturación.

El proceso de facturación se realiza de una forma rápida y ágil para así brindar al cliente facilidad a la hora de realizar los pagos. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 52%.

- Oportunidad y precisión en la entrega de informes corporativos.

Entregan a tiempo las solicitudes realizadas por las empresas que solicitan información. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 39%.

- Tramite de reembolsos.

El trámite de reembolsos se realiza a través de tiquetes revisados por inconvenientes presentados por el viajero. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 30%.

- Atención de reclamos.

La atención de reclamos se puede realizar por medio del departamento de servicio al cliente o directamente con el asesor si así lo requiere el viajero y le darán una pronta respuesta. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 51%.

- Organización de eventos.

Suministra información y organiza los eventos cotiza y reserva según la solicitud realizada por el cliente. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 43%.

- Servicio 24 horas.

Este servicio se presenta en algunos aeropuertos y en especial en la asesoría en línea donde se encuentra un asesor quien responde las inquietudes del cliente. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 43%.

- Atención eficiente brindada por la central de reservas.

Las reservas se pueden realizar por medio de la página de Internet la cual es ágil y confiable. Porcentaje entre niveles de calificación bueno y excelente (4 y 5) 39%.

## MODELO DE ENCUESTA


**AVIATUR**

Somos un grupo de estudiantes de Unitec y en esta ocasión estamos realizando una investigación para el análisis del servicio y calidad de los productos ofrecidos por Aviatur.

Nombre: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_

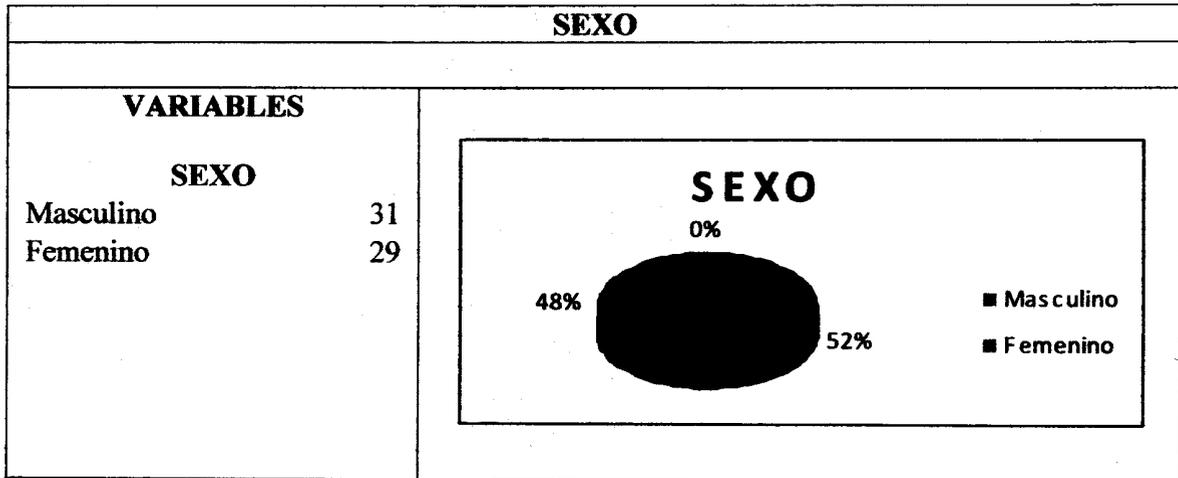
Edad: 20-30 \_\_\_ 31-40 \_\_\_ 41-50 \_\_\_ 51-60 \_\_\_ mas de 60 \_\_\_

Nivel educativo: Bachiller \_\_\_ Técnico \_\_\_ Tecnólogo \_\_\_ Profesional \_\_\_

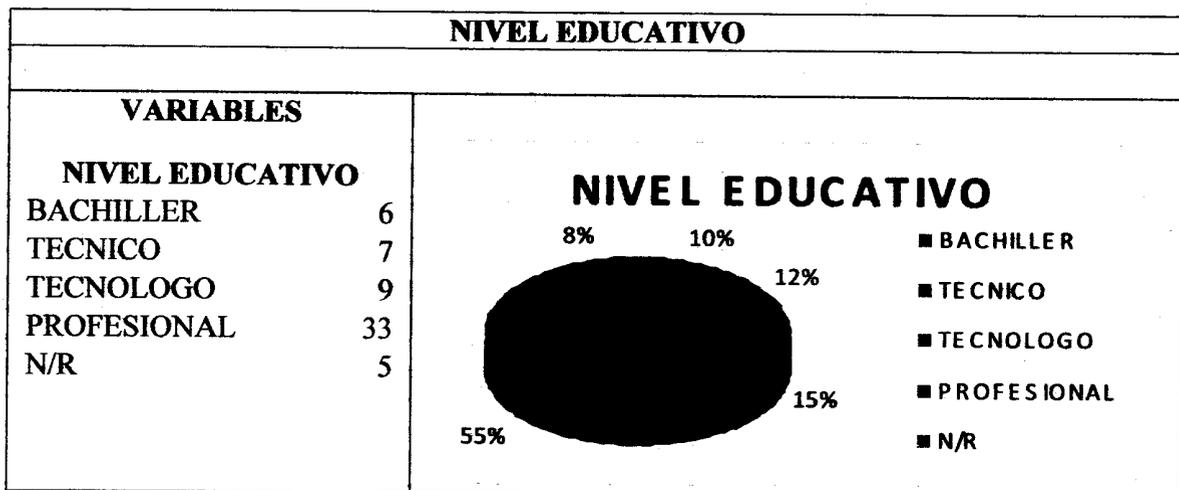
Califique su grado de satisfacción con el servicio teniendo en cuenta que 1 es la mínima de satisfacción y 5 es la máxima

Descripción	Calificación					
	1	2	3	4	5	N/R
<b>Atención</b>						
- Facilidad en el acceso telefónico						
- Efectividad en la atención telefónica						
- Agilidad en la respuesta a cotizaciones o solicitudes de información						
- Manejo de cambios en los viajes						
- Oportunidad en la entrega de documentos de viaje (tiquetes, formulario de confirmaciones de reservas)						
- Amabilidad						
- Habilidad para resolver inconvenientes						
<b>Asesoría</b>	1	2	3	4	5	N/R
- Atención y cumplimiento de las condiciones previamente establecidas por su empresa (políticas de viaje)						
- Atención y cumplimiento de los acuerdos previos de tarifas, establecidos entre su empresa y el proveedor (aerolínea, hotel)						
- Atención a las preferencias de los viajeros						
- Ofrecimiento de alternativas para viajes						
- Información de itinerarios						
- Información de servicios prestados por hoteles y otros proveedores para sus viajes (Compañías de alquiler de vehículos, Asistencia en viajes, etc.)						
- Aplicación de tarifas						
- Claridad y precisión con las cuales el asesor informa las condiciones y restricciones de los tiquetes o planes						
- Seguimiento del asesor para la confirmación de reservas, emisión de tiquetes y otros documentos, Información de cambios						
<b>Servicios Complementarios</b>	1	2	3	4	5	N/R
- Asesoría y trámites de documentación						
- Atención de las oficinas en los aeropuertos						
- Tiquetes entregados en otras ciudades						
- Proceso de facturación						
- Oportunidad y precisión en la entrega de informes corporativos						
- Trámite de reembolsos						
- Atención de reclamos						
- Organización de eventos						
- Apoyo de la red de oficinas de Aviatur						
- Servicio 24 horas						
- Atención brindada por la Central de Reservas						
- Contenido de la página web						
- Contenido de los boletines enviados por correo electrónico						
<b>Instalaciones físicas</b>	1	2	3	4	5	N/R
- Presentación de la oficina que regularmente lo atiende						
- Presentación de otras oficinas de Aviatur						
<b>Horarios de Atención</b>	1	2	3	4	5	N/R
- Es adecuado el horario de atención en las oficinas?						

**TABULACION ENCUESTAS**



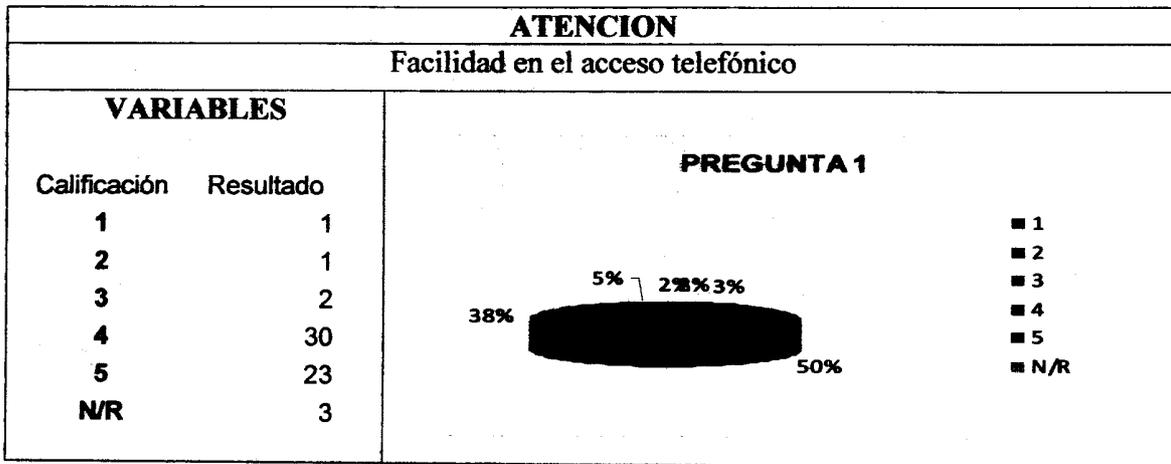
- Fueron realizadas 60 encuestas en total de las cuales se encuestaron 31 mujeres y 29 hombres.



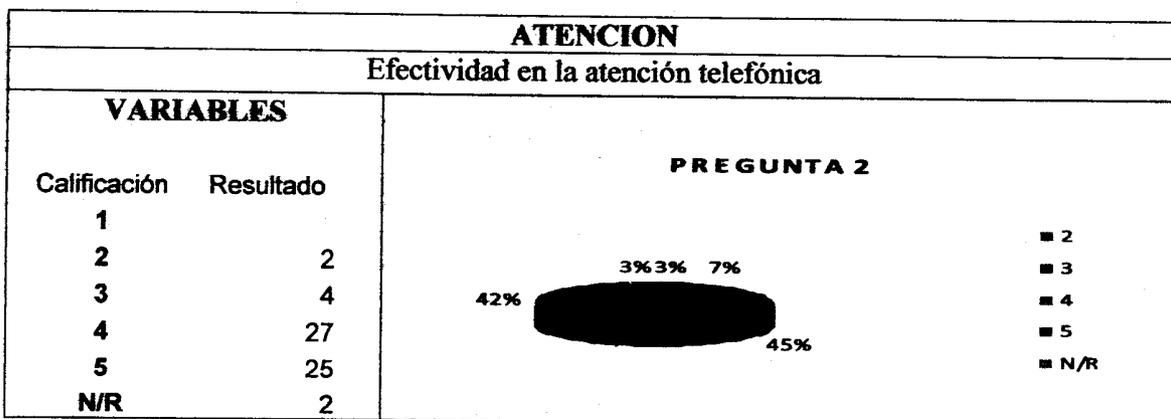
- Para las encuestas se tuvo en cuenta el nivel educativo de las personas ya que con estos datos es más viable analizar el porcentaje del mercado que mas tiene contacto con la empresa Aviatour S.A.

## ATENCION

El primer aspecto para analizar es la atención dada a los clientes por las diferentes vías de entrada y las solicitudes que estos suelen realizar.

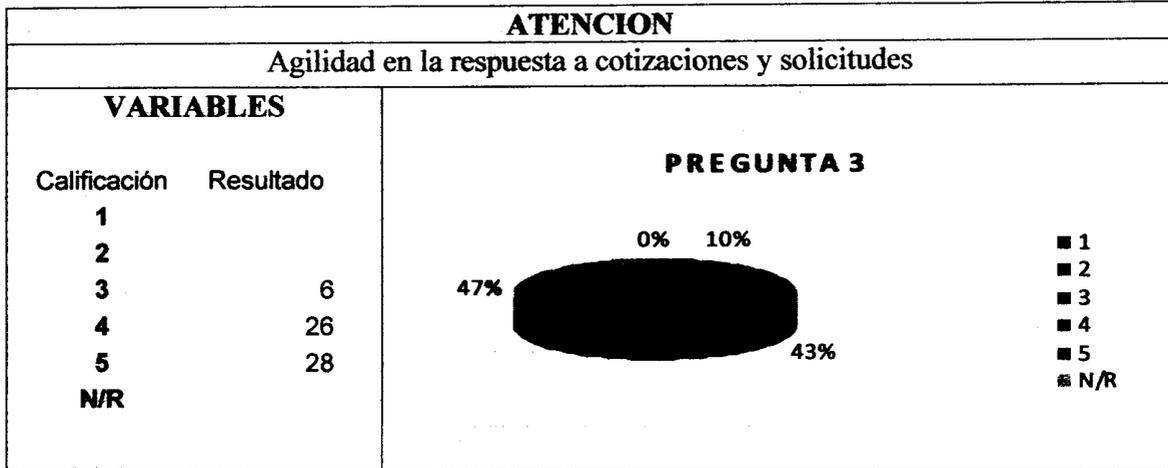


- En cuanto a la facilidad del acceso telefónico encontramos que según la calificación 1 a 5 se dieron respuestas en los niveles mas bajos 1,2 y 3, se indago el porque de ello a los encuestados y respondieron que "casi siempre que se comunican los dejan mucho tiempo esperando en la línea, o cuando preguntan a alguien es especifico no lo comunican inmediatamente sino que lo comunican con toda la oficina y finalmente si pasa la persona realmente solicitada" de igual manera los niveles 4 y 5 fueron los mas altos dado que esto no ocurre en todas las oficinas de Aviatur.

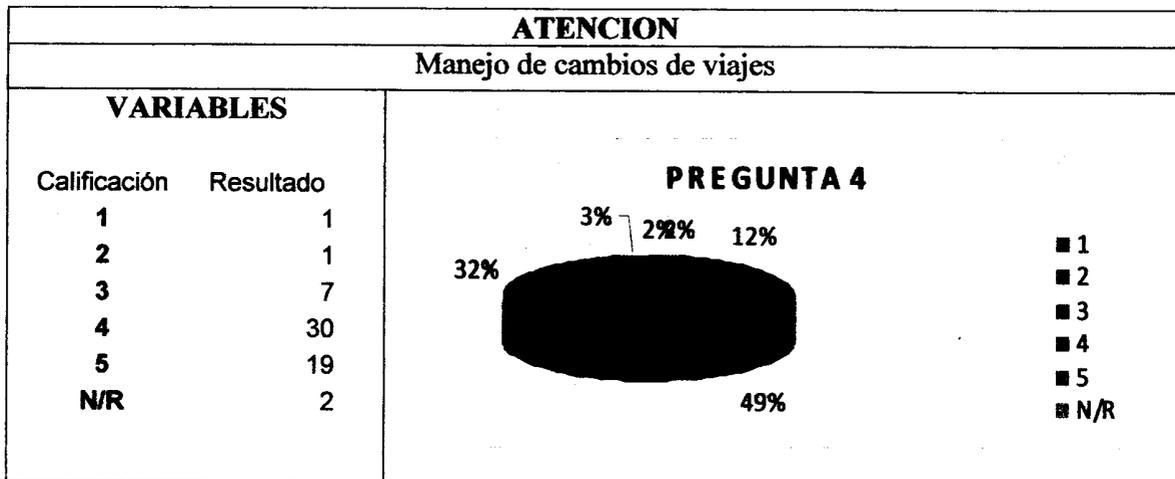


- Se refiere a que el asesor que conteste sea efectivo, eficaz y eficiente para lo que el cliente esta buscando; de igual manera se presentaron dos puntos en los niveles 2 y 3, las personas se quejaron que algunos asesores no

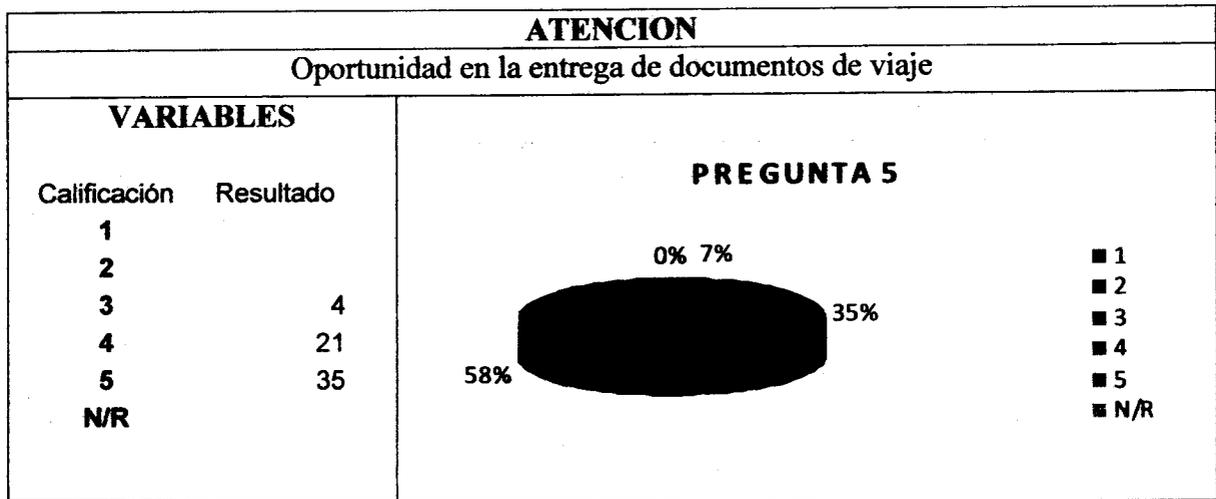
saben responder ciertas preguntas o se demoran bastante en dar respuesta. Hubieron más puntos a favor en niveles 4 y 5.



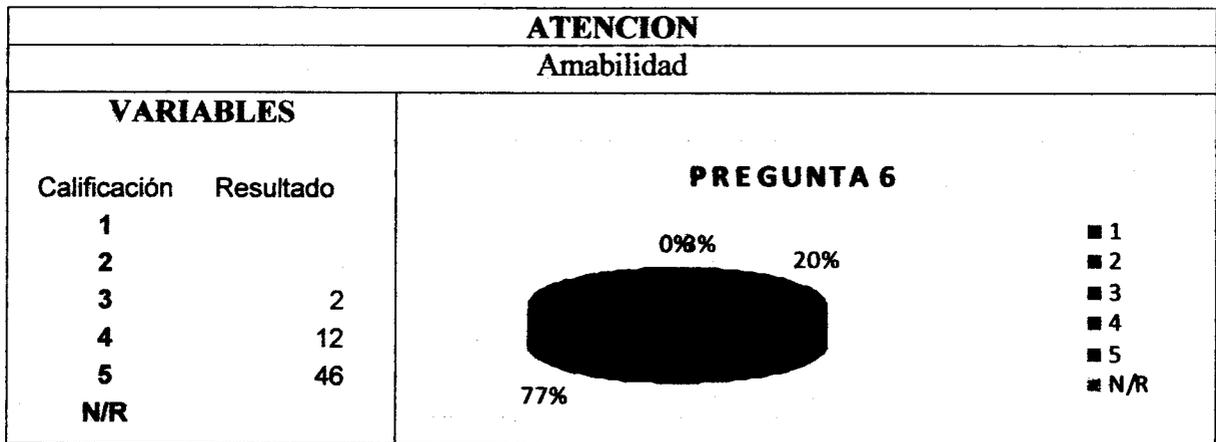
- En cuanto a la agilidad se dieron respuestas únicamente desde el nivel medio 3 donde respondieron que en algunos casos se demoraban mas de un día en el envío de la información, e hicieron alusión al caso de las cotizaciones en línea donde se presento en un caso que se solicito la información y nunca fue enviada la solicitud realizada. Los niveles 4 y 5 fueron los mas votados lo que significa que el déficit de eficacia no es malo.



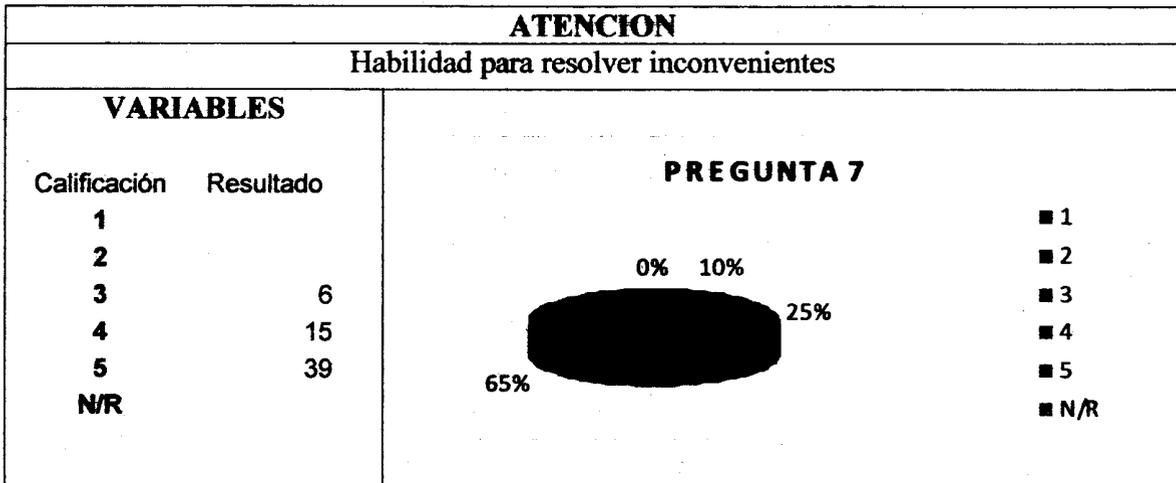
- En los niveles 1, 2 y 3 se presentaron bajas respuestas dado que en algunos casos no hubo una buena atención a la hora de la solicitud de cambios realizados, además se quejaron que no sabían dar respuesta al porque NO se podían hacer ciertos cambios.



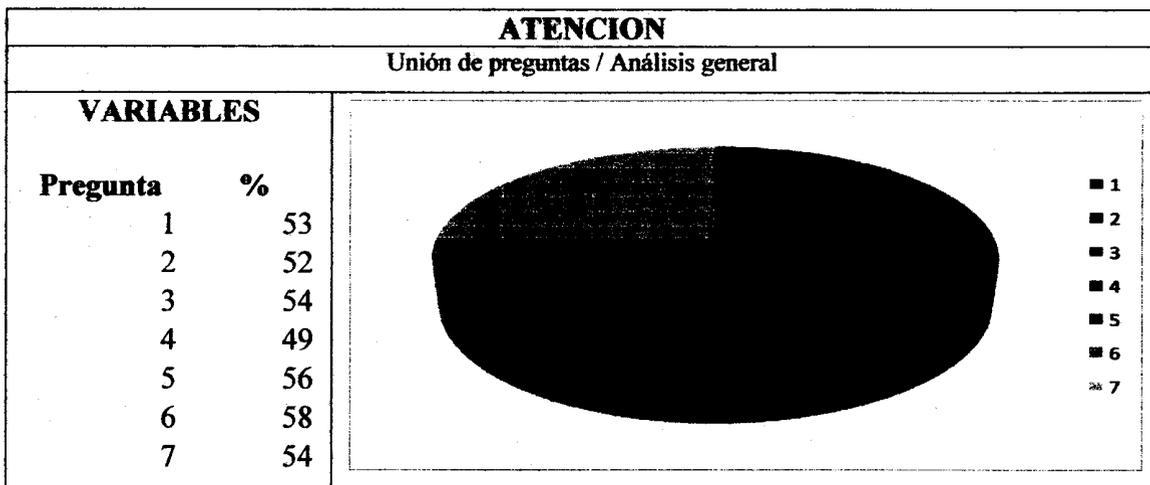
- La entrega de documentos de viaje es otra de las respuestas que no tuvo ningún aspecto bajo, por lo cual se asume y concluye que en este sentido varias de las oficinas de Aviatour cumplen con el tiempo establecido para dicha entrega de documentos.



- Este punto del cuestionario es bastante importante y aquí es donde se resalta el protocolo utilizado por Aviatour frente a los clientes y la manera cálida, amable y respetuosa con que se dirigen sin importar quienes sean las personas.



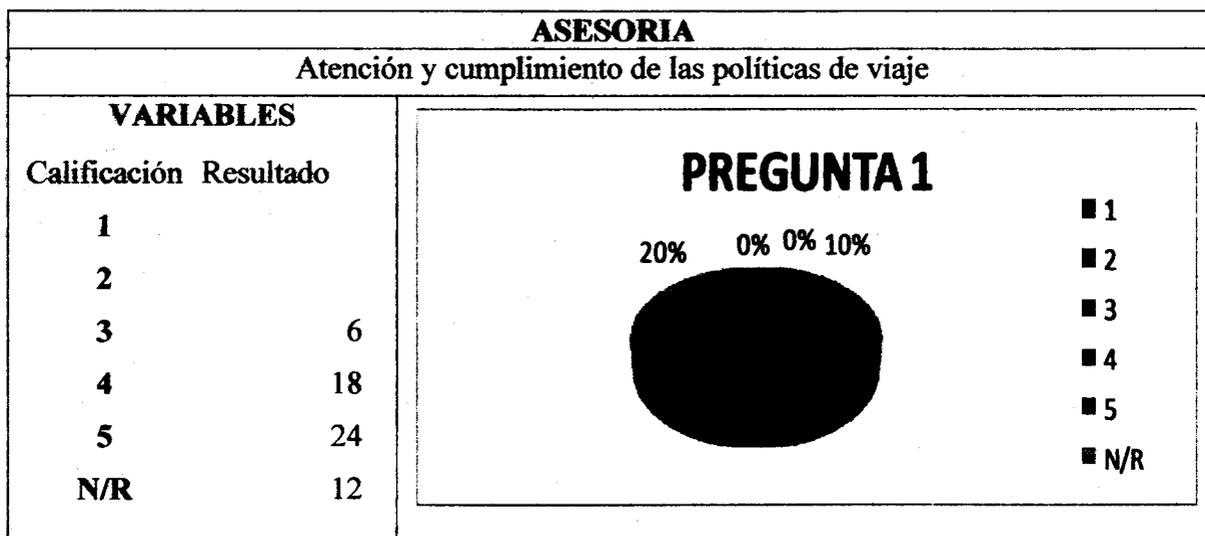
- Finalmente en el aspecto de atención tenemos la respuesta a inconvenientes, dicha respuesta tiene un proceso bastante calculado y metódico que según la tabulación tiene excelentes resultados, puesto que aunque los clientes tengan inconvenientes y en su momento realicen las debidas quejas al final quedan satisfechos porque obtienen respuesta a su queja o problema y además de ello muchas veces se mejora la situación inicial.



- El esquema general del primer grupo de preguntas relacionadas con la atención que se percibe en Aviatour y en sus sucursales es realizado solo en base a los puntos 4 y 5 mostrando el porcentaje de favorabilidad en el que se encuentra el ciclo de servicio de Aviatour.

**ASESORIA**

El segundo índice de análisis con las encuestas es la asesoría con todo lo que tiene que ver con destinos, viajes, documentos, y demás aspectos necesarios y generales para los diferentes productos que se manejan en Aviatur S.A.



- Las políticas de viaje son aquellas donde se indican plazos, duración, documentos, reglamentación de países, reglamentación interna de la agencia ya sea por producto o por convenio con proveedores. Los resultados se dieron desde el nivel medio 3 donde fue muy bajo, prosiguiendo con niveles 4 y 5 que se toman como bueno y excelente. Finalmente N/R este se dio porque en algunos casos los productos adquiridos no requirieron de mucho protocolo de explicación y en otros simplemente no recordaban con exactitud ya que no son clientes frecuentes.

<b>ASESORIA</b>	
Atención y cumplimiento de las tarifas acordadas con proveedores	
<b>VARIABLES</b>	
Calificación	Resultado
1	
2	
3	7
4	20
5	33
N/R	

<b>PREGUNTA 2</b>	
0%	0% 0% 12%
■ 1	
■ 2	
■ 3	
■ 4	
■ 5	
■ N/R	

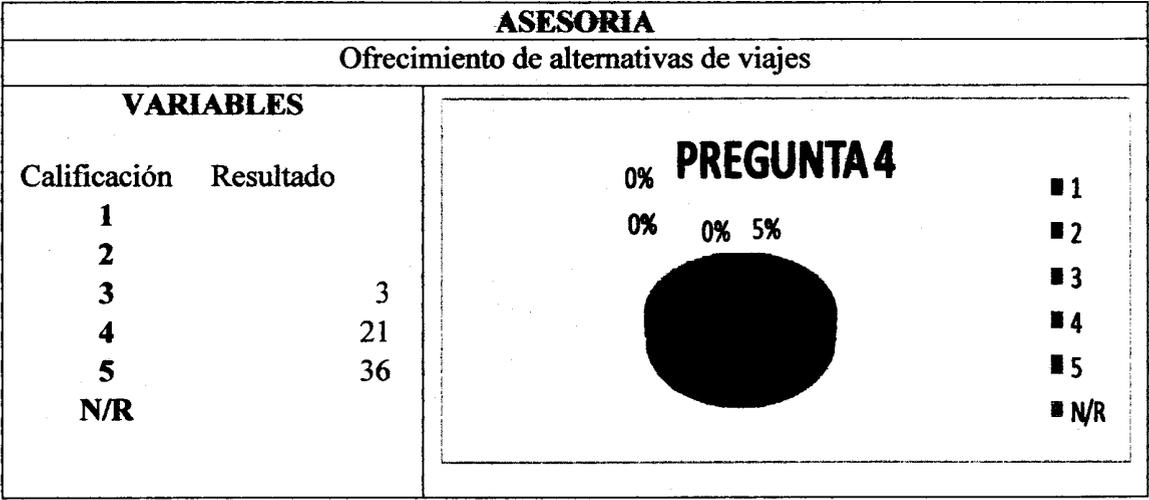
- Las tarifas que son dadas a los clientes en el momento de cotización generalmente están sujetas a cambio hasta el momento de reservar y pagar o realizar depósito, en el caso de las respuestas en el nivel 3 se dan porque al parecer los asesores no supieron explicar desde el inicio dichos aspectos de las tarifas. Nivel 4 y 5 fueron los resultados que aportaron más puntos a favor del manejo en Aviatour y sus sucursales.

<b>ASESORIA</b>	
Atención a las preferencias de los viajeros	
<b>VARIABLES</b>	
Calificación	Resultado
1	
2	
3	14
4	15
5	31
N/R	

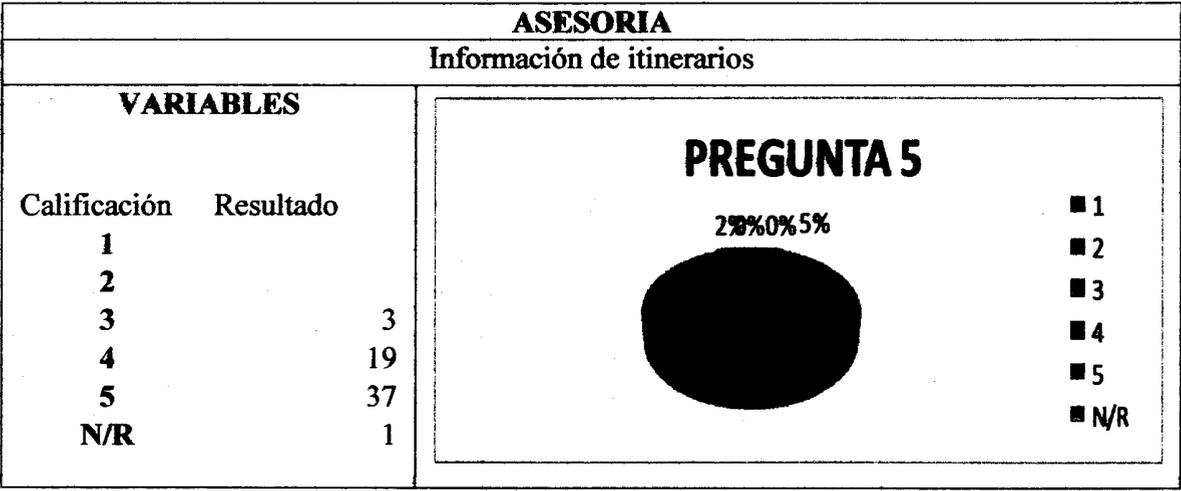
  

<b>PREGUNTA 3</b>	
0%	0% 0%
■ 1	
■ 2	
■ 3	
■ 4	
■ 5	
■ N/R	

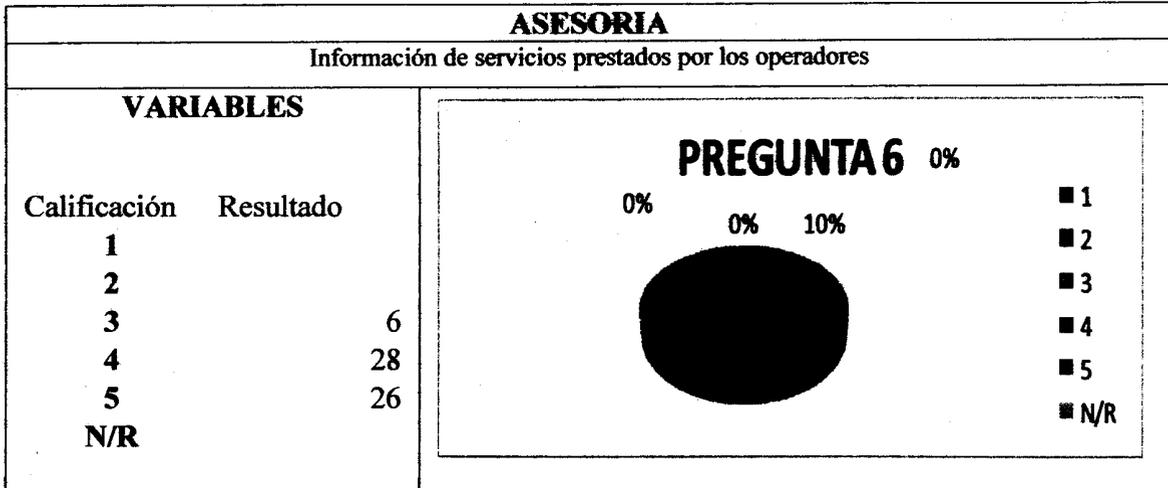
- En el momento en que los clientes se comunican con cualquier sucursal o empresa del grupo Aviatour, los asesores tienen como regla protocolaria el escuchar a sus clientes para de este modo dar alternativas o respuestas. El resultado arrojó un término regular en el nivel 3 ya que fue más alto de lo que se venía presentando, el nivel 4 estuvo solo 1 punto arriba y el nivel 5 fue el mejor respondido. Las respuestas ocurren por motivos de insatisfacción al momento de recibir la información y revisar las propuestas (falencias ya sea por fechas, precios, presentación, e información general por parte del asesor)



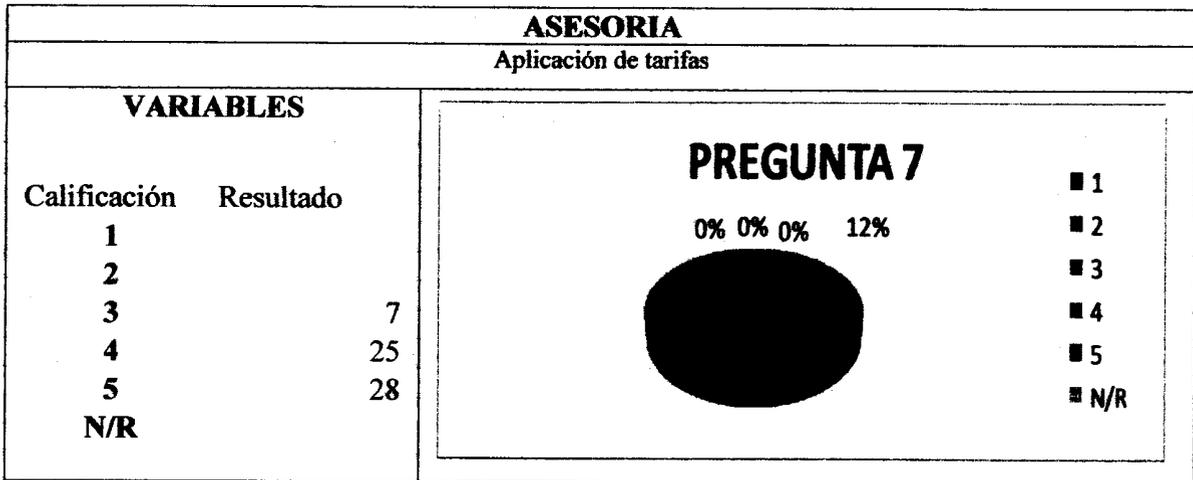
- El ofrecimiento de alternativas es bastante amplio en Aviatur por el hecho que maneja varios productos y tiene fácil entrada y compra con diferentes proveedores. No hubieron respuestas bajas de gran importancia.



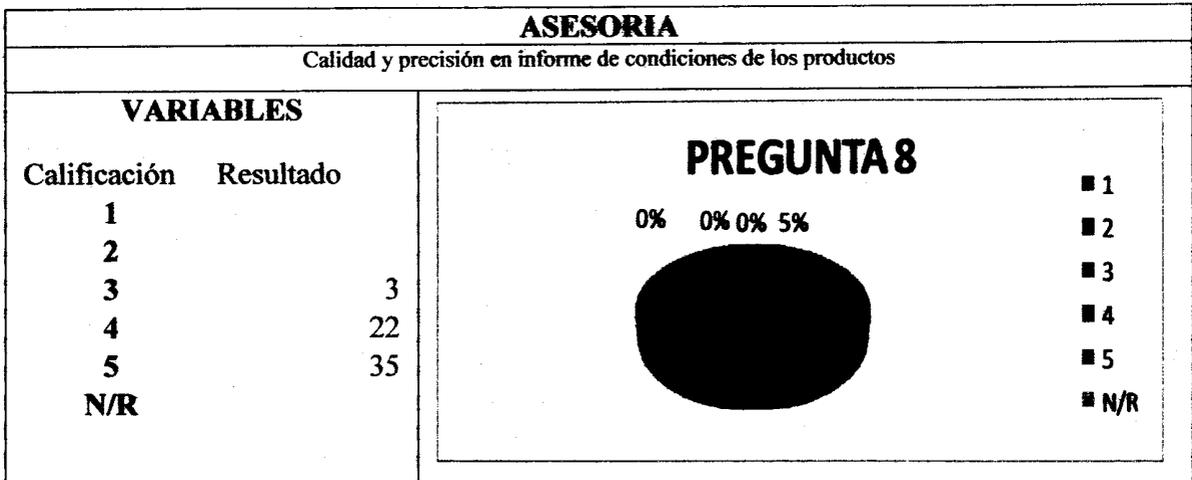
- En la información de los itinerarios encontramos también que no hay respuestas bajas de gran importancia frente a las respuestas de los niveles 4 y 5 que son los mas altos calificadores, esto se da puesto que al momento de las preguntas por el cliente generalmente son respondidas mas allá de lo que este quiere saber y los asesores siempre procuran aclarar hasta lo que el cliente no pregunte.



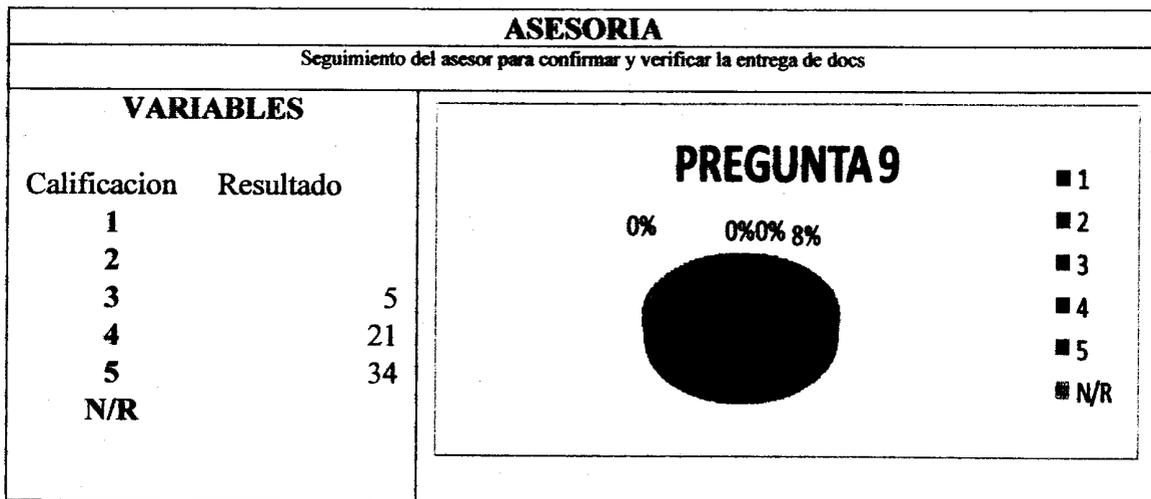
- En cuanto a la información de los servicios que los clientes compran por intermedio de las oficinas de Aviatour se encontró nuevamente que el proceso es bastante eficaz, para esta conclusión se indagó a los encuestados el porque de sus respuestas y se obtuvo como resultado lo siguiente "siempre al comprar un servicio por intermedio de Aviatour aunque no realice preguntas envían toda la información a tener en cuenta antes, durante y después de la adquisición del producto o servicio"



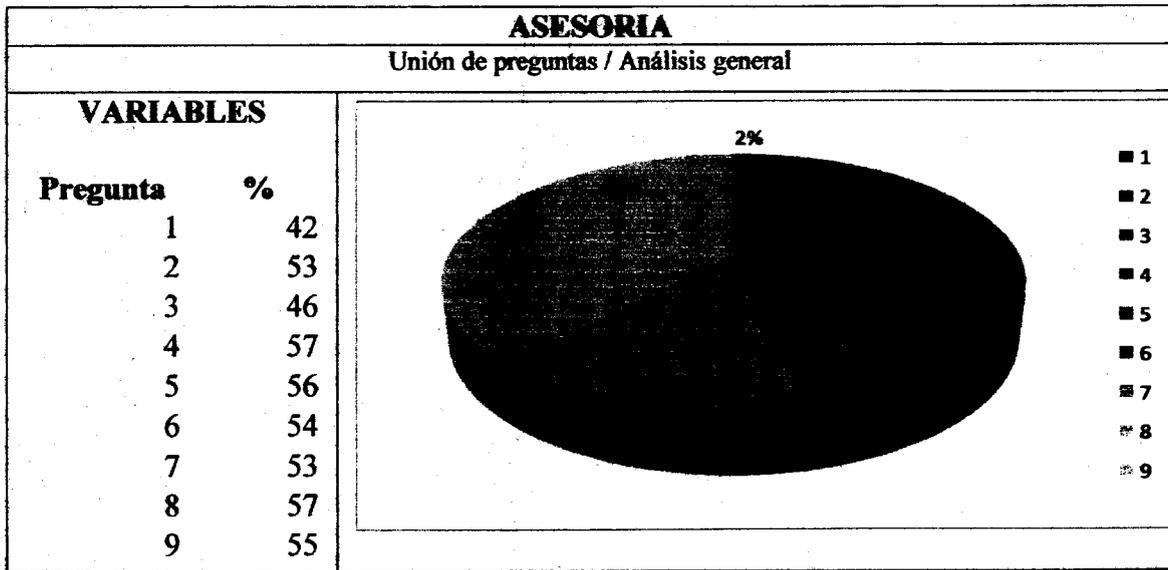
- La aplicación de tarifas es base a la pregunta anterior de la atención y el cumplimiento de los acuerdo de las tarifas de todos los servicios, la respuesta igualmente es favorable, dando nuevamente una relación regular en el numero 3 por la explicación anteriormente dada.



- Como en una de las preguntas anteriores el nivel de respuesta fue también favorable aquí, "se trata siempre de informar antes que los pasajeros se llenen de preguntas, se da la información básica, necesaria y respectiva para cada servicio o producto y se da espacio para solucionar dudas de acuerdo a dicha información"



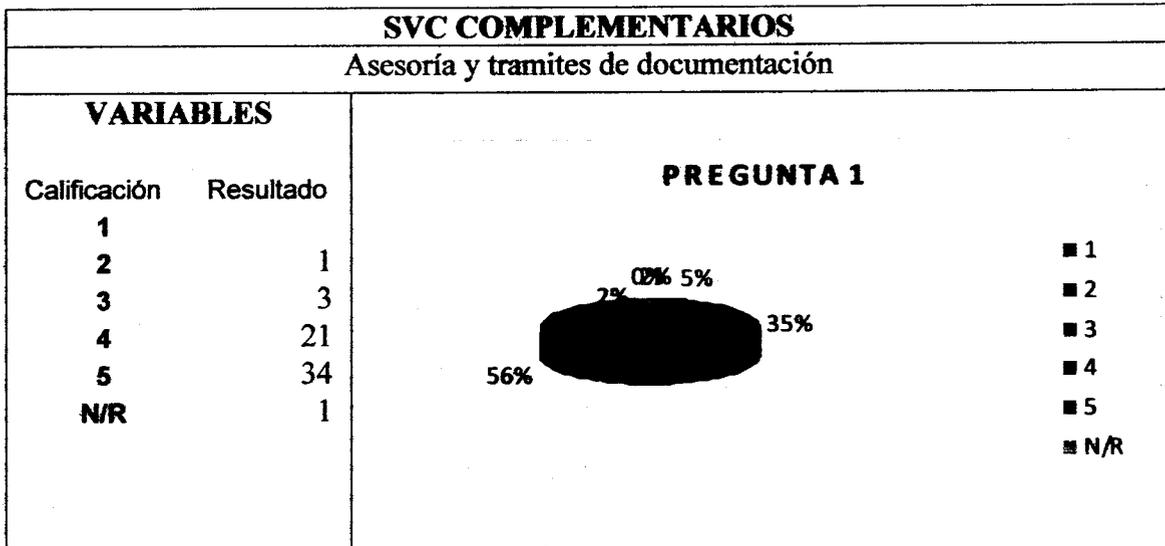
- La Post-venta es uno de los valores agregados de la Organización Aviatur, por la cual no se tuvieron quejas al momento de realizar las encuestas, en el nivel 3 se dio un pequeño porcentaje debido a que en algún momento los asesores se olvidaron de recordar con la debida antelación y en ocasiones ya sea por estrés personal del asesor no realizo el proceso de una buena manera a la vista del cliente.



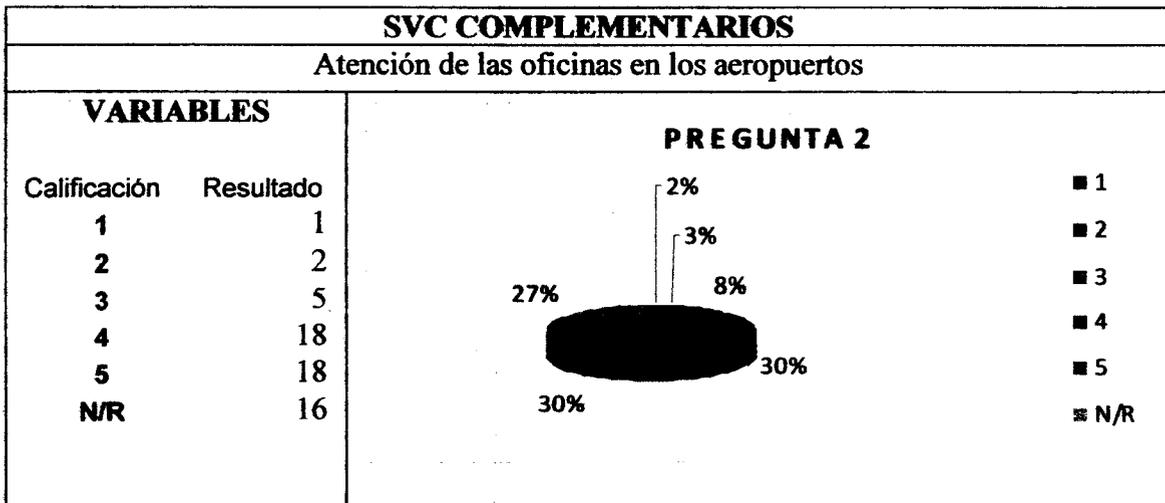
- El esquema general en asesoría igualmente está basado en los porcentajes 4 y 5 de las encuestas, según las respuestas de cada pregunta expresado en porcentaje mostrando desde la que obtuvo menos porcentaje frente a las más favorables.

**SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

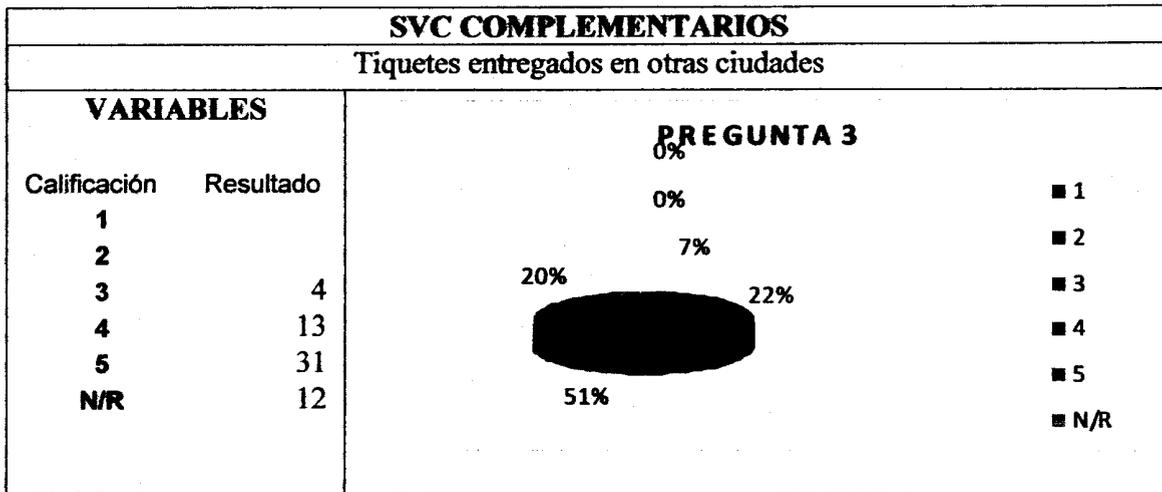
Como aspecto número 3 se realizan preguntas a cerca de los servicios complementarios que maneja Aviatur Agencia de Viajes y Turismo, para el análisis mas profundo en pro de los servicios que hacen función de valores agregados para la organización.



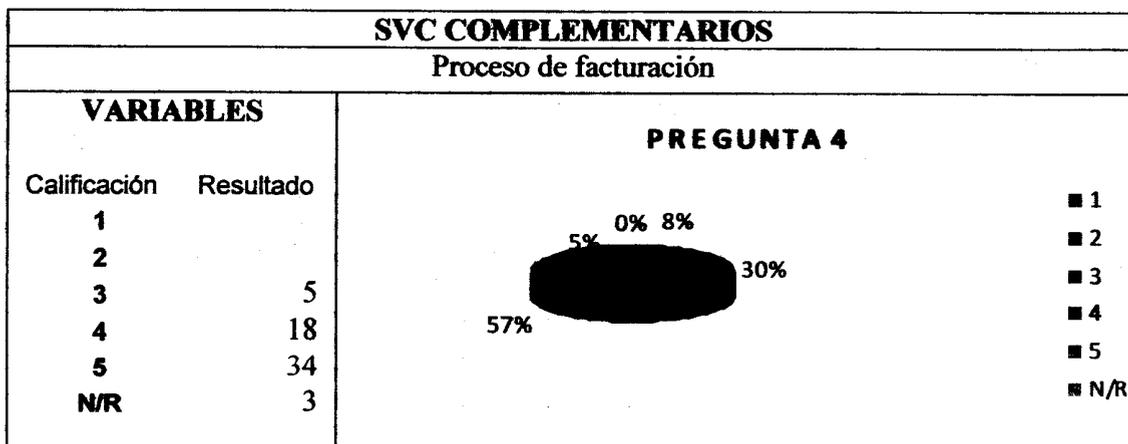
- Uno de los servicios complementarios que tiene Aviatur es la asesoria y los trámites de documentación, en cuanto a esta pregunta hubo 4 respuestas en niveles bajos 2 y 3 los clientes dijeron que daban dicha calificación puesto que no les había gustado la asesoria ni la manera de atención. En el caso de una persona que iba a realizar un viaje al extranjero y era su primera vez de salida del país fue donde se presento este bajo nivel de atención al cliente.



- En cuanto a este servicio hubieron varias respuestas bajas haciendo énfasis en que en algunas ocasiones veían desorden en dichas oficinas que se encuentran en los aeropuertos y que en otras ocasiones se veía que los asesores son muy pocos para la atención y algunos tal vez por el estrés que se vive en el aeropuerto son muy fríos en la expresión y en la ayuda para los clientes. Finalmente en la opción N/R se presentaron respuesta dado que 16 encuestados no conocen este servicio.

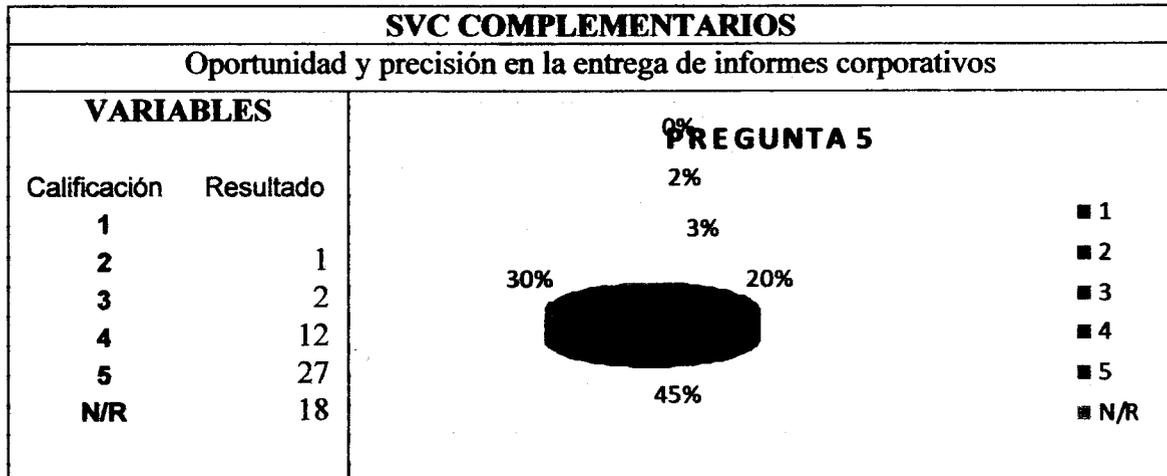


- El servicio de los tiquetes que se entregan en otras ciudades según dijeron los encuestados es bastante bueno y ayuda mucho a los clientes que no tienen el tiempo para tener que realizar varias cosas para tener su tiquete o documento de viaje, hubieron varias respuestas en la opción N/R ya que gran parte de los encuestados no tenían idea de cómo funciona este servicio.

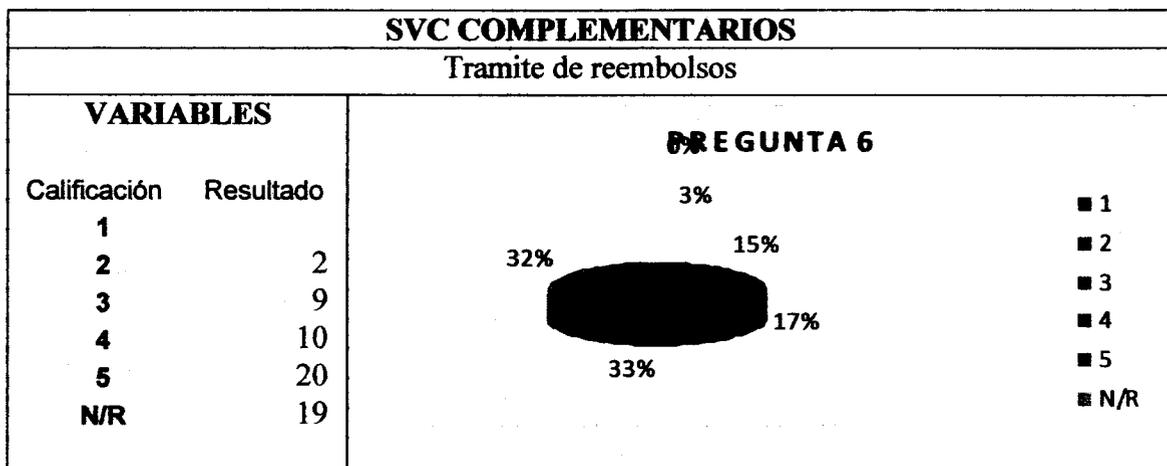


- El proceso de facturación en Aviatur y en sus sucursales funciona rápido para evitar que los clientes tengan que esperar mucho tiempo en espera,

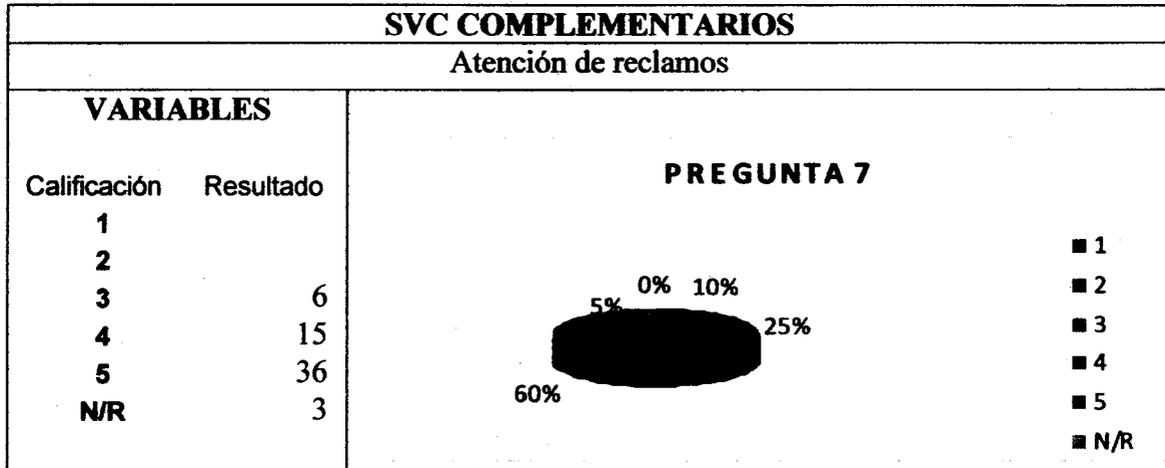
igualmente los encuestados hablaron que aunque facturar sea un proceso que se ve tan fácil para algunas personas en la oficina de Aviatur lo hacen todo de la manera mas atenta, ágil y mejor posible lo cual hace que el proceso se vea con gracia e igual que todo allí con un 100% de buen servicio.



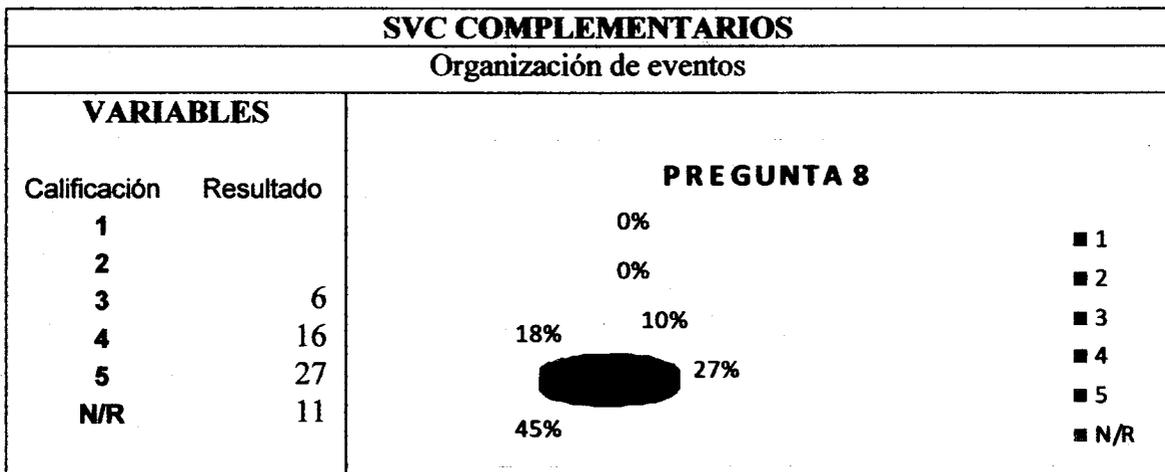
- Con respecto a esta pregunta hubieron buenos niveles de calificación en niveles 4 y 5, en cuanto a N/R también hubo un gran porcentaje de respuesta ya que los encuestados no conocen el servicio y muchos no lo han escuchado.



- Los encuestados hablan que cuando se cancelan los viajes y demás y surgen reembolsos simplemente se deben comunicar a la oficina donde compraron sus productos y allí se encargan de realizar todo lo mas pronto posible, por otro lado hubieron varias respuestas de niveles bajos haciendo énfasis a que algunas oficinas no daban respuesta rápido, los asesores no sabían explicar a los clientes el tiempo que debían esperar para obtener su reembolso y que en algunas ocasiones tenían que quejarse con la persona superior de la agencia para que le explicaran el proceso y lo agilizaran.



- En cuanto a la atención brindada por el departamento de servicio al cliente en las quejas y reclamos los clientes encuestados hablaron que es bastante bueno, al momento de poner la queja solo esperan algunas veces 24 hora y otras veces menos tiempo y ya tienen una respuesta por simple que sea y según el inconveniente obtienen la respuesta mas rápido de lo esperado, además que se explica el proceso, se hace un buen seguimiento y le hacen saber a los clientes que se tomaron correctivas ya sea con personal o con el asunto de la queja. Los encuestados hicieron alusión a sin importar cual había sido su inconveniente quedaban mucho mas contentos al momento de ver la respuesta a la solución de su queja.



- En esta pregunta las respuestas mas dadas en los niveles 4 y 5 fueron por parte de los encuestados profesionales en medicina que conocen del tema y realizaron buenas anotaciones en cuanto a este punto, puesto que han visto los procesos y algunos han tenido la oportunidad de ver algunos eventos que han sido satisfactorios y de bastante elegancia en todos los aspectos aunque el evento en si sea algo rápido y sencillo.

<b>SVC COMPLEMENTARIOS</b>	
<b>Apoyo de la red de oficinas Aviatur</b>	
<b>VARIABLES</b>	<b>PREGUNTA 9</b>
Calificación	Resultado
1	1
2	20
3	24
4	15
5	
N/R	

Calificación	Resultado	Porcentaje
1	1	0%
2	20	2%
3	24	25%
4	15	33%
5		40%
N/R		

- La conclusión en respuestas de esta pregunta es tomada de la visión de los agentes de viaje que fueron encuestados donde hablan bastante sobre la red que se ve para el manejo de reservas, pagos y sobre todo en quejas o reclamos.

<b>SVC COMPLEMENTARIOS</b>	
<b>Servicio las 24 horas</b>	
<b>VARIABLES</b>	<b>PREGUNTA 10</b>
Calificación	Resultado
1	1
2	3
3	14
4	29
5	13
N/R	

Calificación	Resultado	Porcentaje
1	1	22%
2	3	0%
3	14	5%
4	29	23%
5	13	48%
N/R		

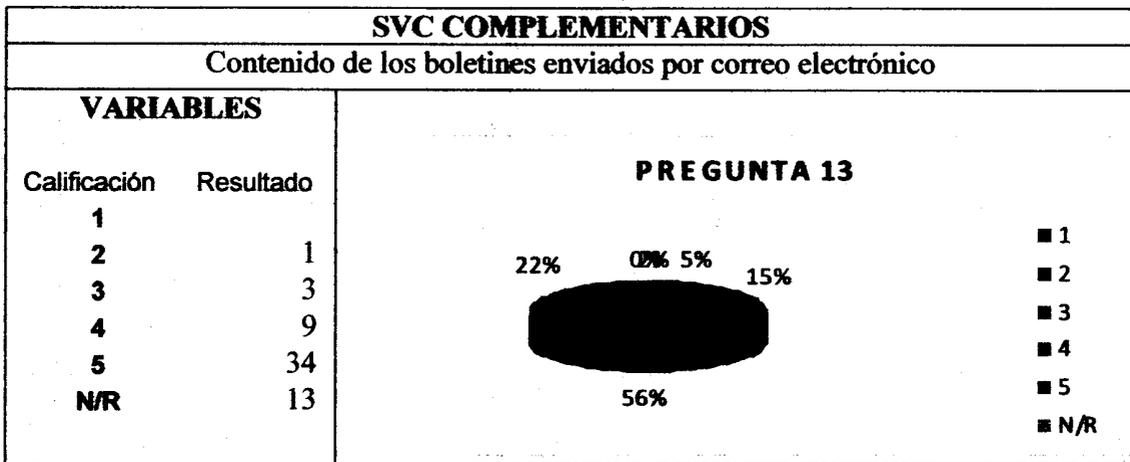
- En referencia a este servicio que es prestado por la pagina Web hubieron algunas respuestas en niveles bajos ya que los encuestados dijeron que algunas veces este servicio no era rápido en contestar las preguntas de los usuarios y que en algunas ocasiones cuando se solicitaba información concreta y con buenas explicaciones al mail del usuario esta no fue recibida, se pregunto si realizaron quejas por no recibir la información, pero los encuestados dijeron que no ya que les parecía que esto ya debía ser mas que todo un seguimiento de la organización a los asesores que trabajan en este departamento.

<b>SVC COMPLEMENTARIOS</b>		
Atención brindada por la central de reservas		
<b>VARIABLES</b>		<b>PREGUNTA 11</b>
Calificación	Resultado	<p>2% 8% 28% 37%</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1</li> <li>■ 2</li> <li>■ 3</li> <li>■ 4</li> <li>■ 5</li> <li>■ N/R</li> </ul>
1		
2	1	
3	5	
4	17	
5	22	
<b>N/R</b>	15	

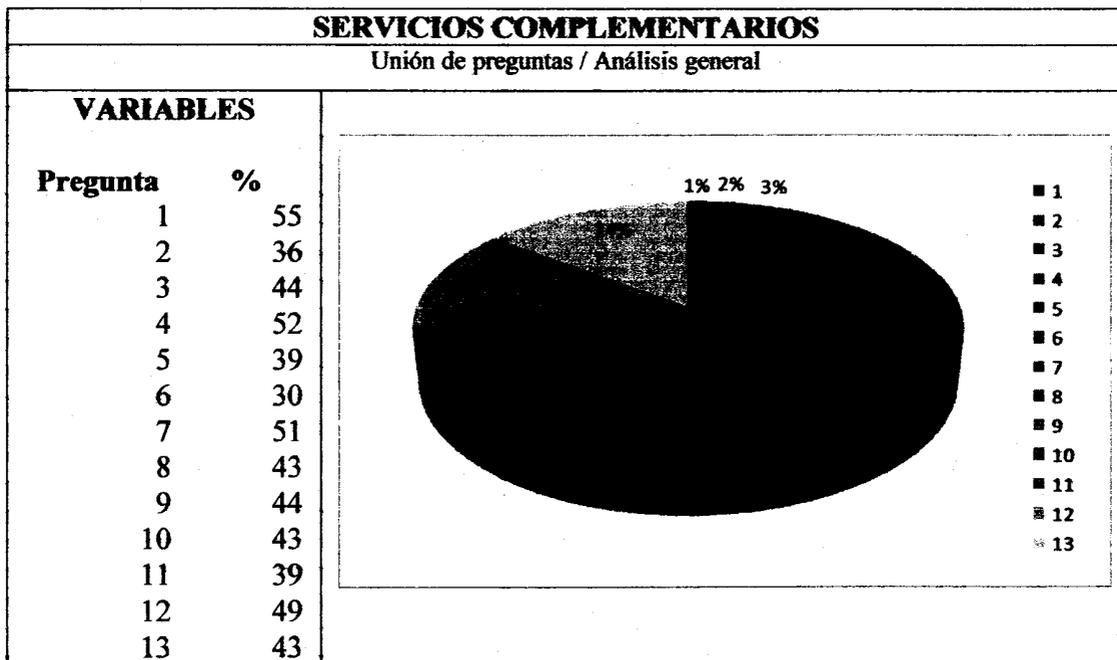
- La atención es bastante buena, rápida y se obtiene rica información además que siempre están al tanto de los clientes que consultan en la central y se puede observar en las respuestas dadas, solo que hubieron respuestas en el indicador N/R puesto que algunos de los usuarios solo se comunicaban con las sucursales.

<b>SVC COMPLEMENTARIOS</b>		
Contenido de la pagina Web		
<b>VARIABLES</b>		<b>PREGUNTA 12</b>
Calificación	Resultado	<p>15% 0% 12% 70%</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1</li> <li>■ 2</li> <li>■ 3</li> <li>■ 4</li> <li>■ 5</li> <li>■ N/R</li> </ul>
1		
2		
3	2	
4	7	
5	42	
<b>N/R</b>	9	

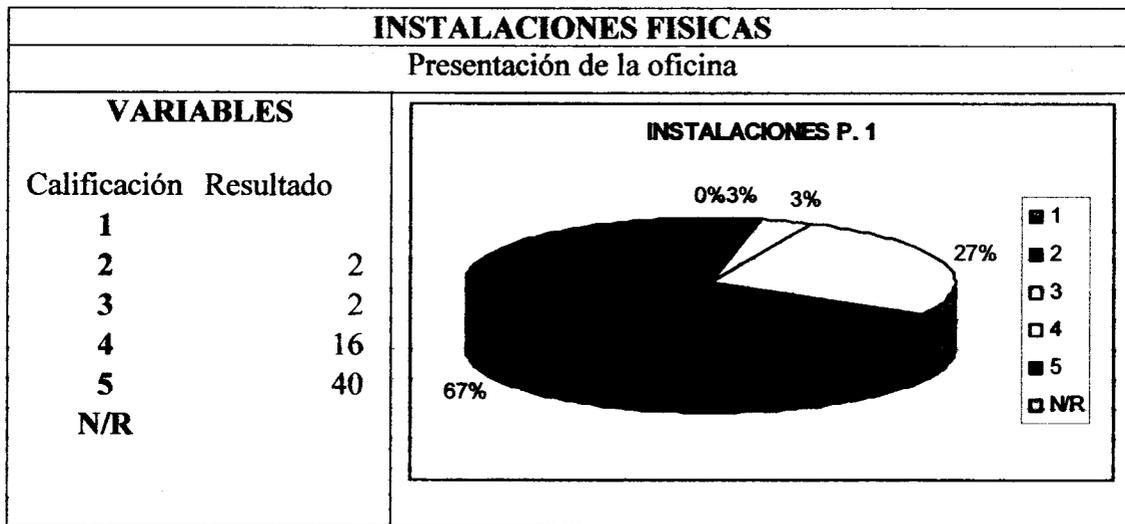
- La pagina Web de Aviatur y de sus empresas es bastante rica en contenido se puede encontrar información a cerca de todos lo servicios allí, la única anotación en esta pregunta fue que para personas que visitan la pagina por primera vez es un poco complicado y que no encuentran fácilmente los cotizadotes en línea, pero que en cuestión de información de destinos, servicios, incluye y no incluye la pagina es excelente.



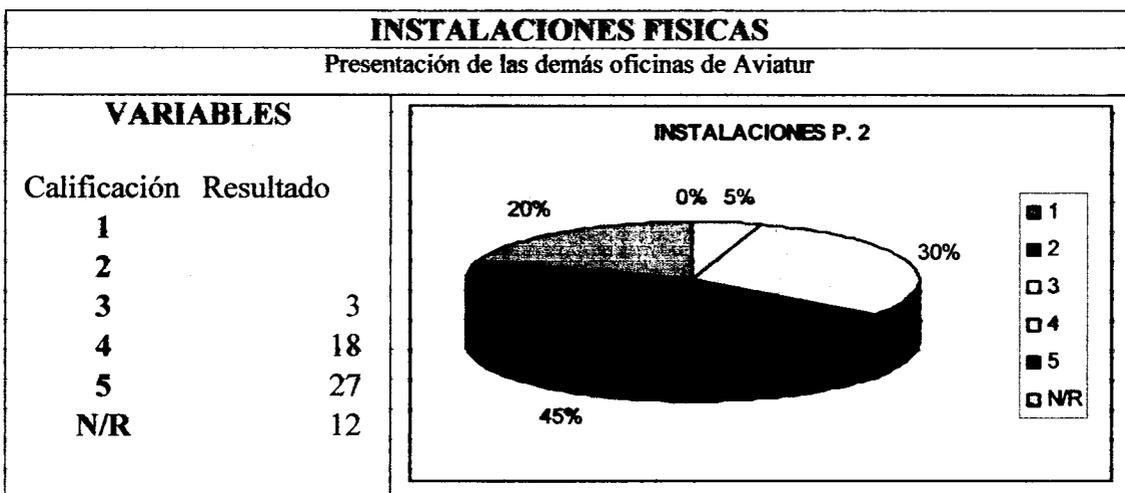
- Los boletines de promociones e información que se envían tanto a las personas de bajo perfil en compras como a los clientes frecuentes son bastante satisfactorios y esto ayuda a decisión de compra o a compras mas frecuentes. En N/R se dieron bastantes respuestas dado que eran clientes que no conocen dichos boletines.



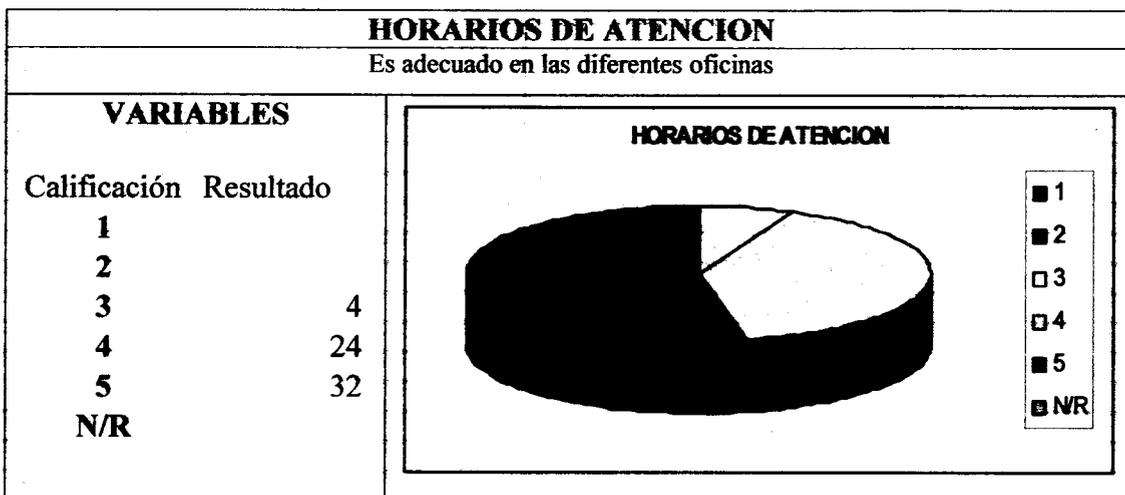
- En la conclusión general de este aspecto se observan todas las preguntas en porcentajes de respuesta 4 y 5 donde podemos ver que las preguntas con más déficit frente a las demás son la número 2, 5, 6, y 11.



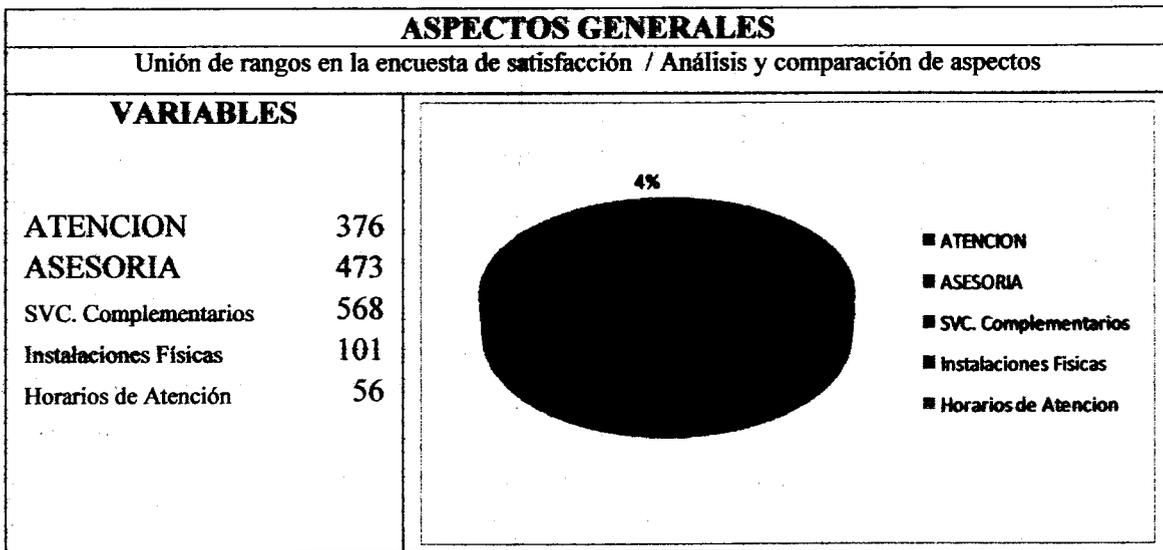
- Respecto a las instalaciones de oficina Aviatur principal y sus sucursales, los resultados nos muestran que enfocados en la oficina principal es la mejor en su presentación y calidez para la atención a clientes, con respecto a otras sucursales también hay algunos puntos entre niveles 4 y 5, en los niveles mas bajos en 2 y 3 hubieron únicamente 4 respuestas que se dieron en base a algunas oficinas que no se encuentran en la ciudad y que no son muy acogedoras para la atención, puesto que se encuentran en lugares un poco concurridos de mercados diferentes y porque no son tan amplias lo que hace que se vean un tanto desordenadas.



- La calificación para las demás oficinas de Aviatur fue basada en las sucursales del país conocidas por los encuestados y en las empresas del grupo Aviatur. Únicamente se dieron 3 puntos en calificación regular dados para dos empresas del grupo, los demás puntos fueron en calificación 4 y 5 para sucursales y demás empresas de grupo.



- Finalmente nuestra ultima pregunta en función del horario de atención principalmente basado en la oficina principal y en sucursales fue bastante bueno ya que únicamente hubieron 4 puntos en calificación 3 regular dado que dichos encuestados se quejaron que algunas de las sucursales no respetaban seriamente el horario y que si ellos llegaban 5 o 10 minutos antes de la hora de salida "los asesores atienden de mala manera y dan la información muy cortada", siempre diciendo "tranquilo yo lo averiguo mañana y le informo o se lo envié vía mail", cortando ya las preguntas de los clientes y dando el aire de decir "no lo quiero atender por favor váyase", y que en algunos casos el asesor miraba con desesperación su reloj con el fin que el cliente se diera cuenta para que entendiera de manera indirecta que faltaba muy poco para que se fuera.



Esta grafica esta basada en los cinco aspectos de análisis de servicio, para realizarla se tomaron en cuenta todas las respuestas de cada grupo en niveles 4 y 5, unidos por aspecto de evaluación y llevados a porcentaje; aquí podemos ver claramente que en la parte de Atención a los clientes hay que mejorar y hacer un seguimiento mas amplio de la actitud del personal frente a los clientes en relación también con el horario y demás actuaciones señaladas por los encuestados.

Servicios complementarios fue el aspecto con mas puntaje a favor de la Agencia de Viajes, ya que la mayoría de estos servicios hacen parte del valor agregado de Aviatur e igualmente todos los servicios complementarios que se manejan allí son bastante buenos para los clientes puesto que no se tienen que esforzar tanto en buscar operadores que les provean lo que están buscando sino que por medio de Aviatur lo consiguen casi todo en un mismo lugar.

Instalaciones físicas y horarios de atención fueron los índices mas bajos pero esto es dado porque en estos dos aspectos se realizaron muy pocas preguntas con respecto a todos los demás aspectos de análisis.

## **QUEJAS Y RECLAMOS**

Las áreas en que mas surgen quejas y reclamos corresponden a la parte operativa de los servicios que se ofrecen como lo son porción terrestre y tiquetes estos se clasifican por tipo de error.

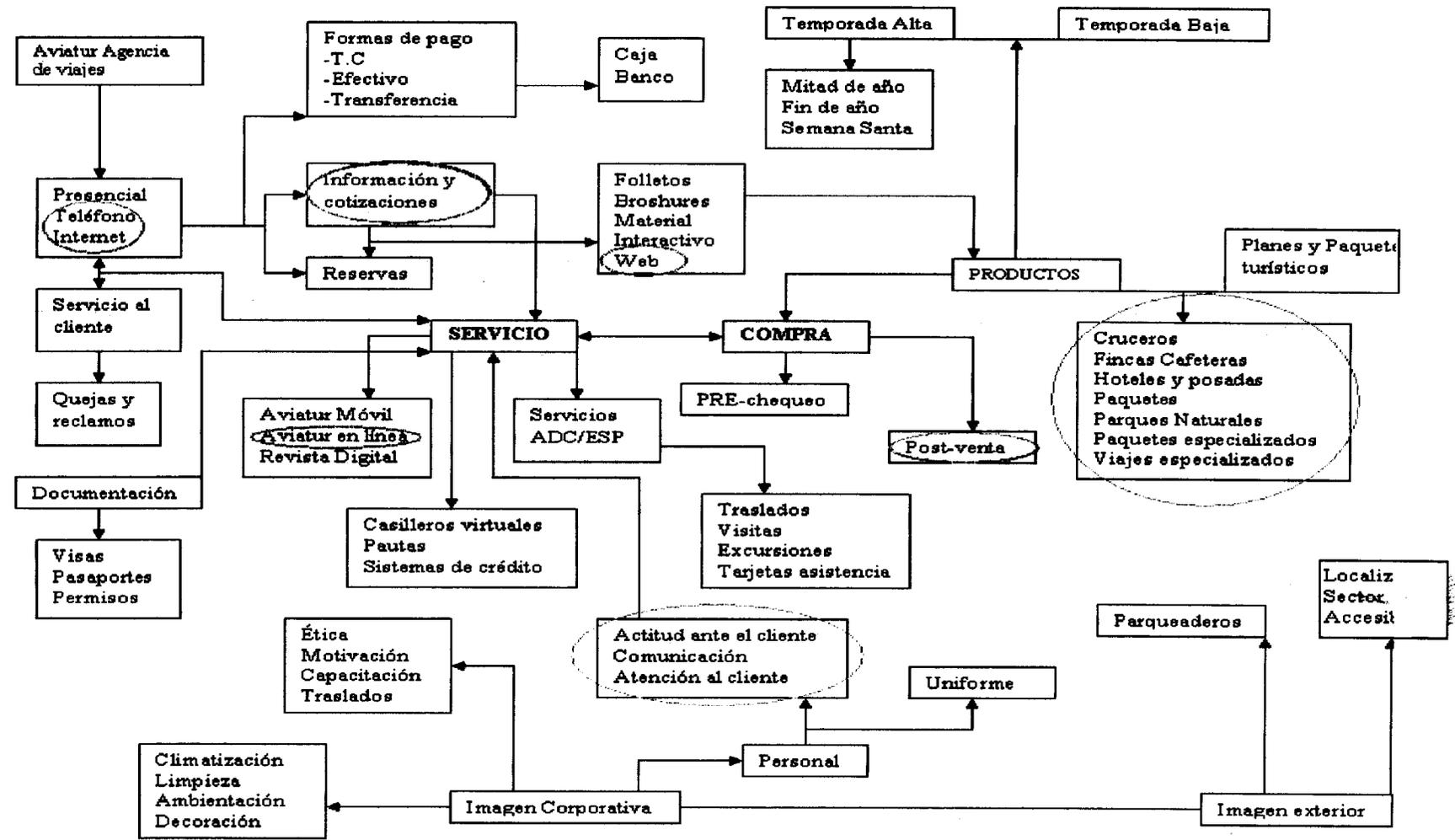
- Error por terceros la cual hace referencia a los hoteles, aerolíneas, alquiler de autos entre otros.
- Incumplimiento de itinerario por parte de las aerolíneas.
- Actitud de servicio y asesoría al brindarle información al cliente.
- Inconvenientes con equipaje pérdida del mismo retraso de entrega.
- Inconformidad de tarifa cuando se realiza la cotización se da una tarifa y luego al confirmarle al cliente la tarifa ha cambiado por no explicarle al cliente que la tarifa esta sujeta a cambios.

La participación de no conformes a nivel regional esta dada por nivel de transacción esta es maneja por las regiones donde mas se general las quejas y los reclamos la cual mide de mayor a menor.

Las regiones son:

- Bogotá
- Medellín
- Cali
- Barranquilla

### PUNTOS CRITICOS



## ANÁLISIS DE LOS PUNTOS CRITICOS

Los puntos críticos que se dan en el gran proceso de servicio de Aviatour se dividen en las siguientes secciones

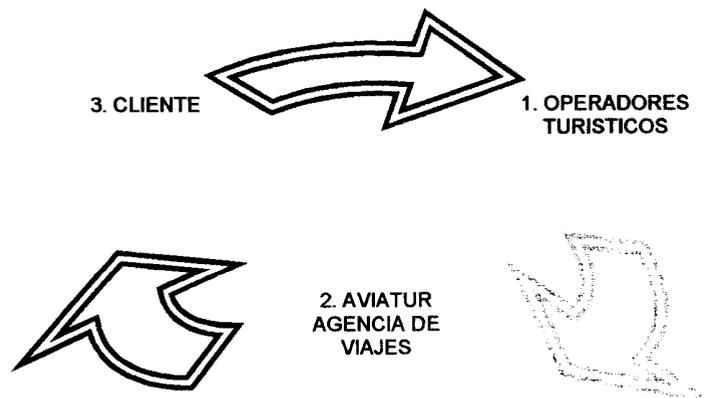
- **Entradas - presencial, telefónica e Internet:** en esta sección el punto crítico se presenta en la parte presencial cuando los clientes llegan y tienen que esperar bastante tiempo para que un asesor los atienda, esto es más visto en las sucursales de Aviatour.  
**En la entrada telefónica** se da en el momento en que empieza la espera en el teléfono para que el cliente sea comunicado con la persona indicada, muchas veces tiene que esperar mucho o también se quejaron que los comunican con varias personas y todas responden que no pueden ayudar y que lo van a comunicar hasta que el cliente se cansa y cuelga o después de mucho tiempo lo atiende alguien.  
**En la entrada Internet** la falla esta en que algunas veces se demoran mucho en contestar las preguntas cuando se encuentran con el asesor en línea o algunas veces también que se solicitaron cotizaciones y no fueron recibidas, esta ultima queja fue recibida por parte de algunos de los encuestados e igualmente fue observada por el equipo de trabajo quien realizo una solicitud y nunca fue recibida.
- **Información y cotizaciones;** aquí el punto critico se presenta a la hora de dar la información correspondiente a lo que el cliente esta preguntando o buscando, el punto critico comienza cuando el asesor no da completa la información, se demora mucho en responder o no sabe responder. Por lo cual más adelante se presentan quejas sobre tarifas, servicios y productos.
- **Web:** el punto critico que se da en la Web fue tomado de las encuestas y del análisis personal del grupo, esta basado en que no es muy fácil para los clientes nuevos hacer una cotización, el formato automático de cotizaciones no responde la información que se solicita, el cliente no entiende muy bien los resultados de la cotización; no se encuentra fácil la parte de reserva en línea sin tener que buscar ayuda con los asesores de la pagina.
- **Asesoría en línea:** el punto critico de la asesoría en línea se da cuando los asesores no responden rápido, en una situación que tuvo el grupo de trabajo cuando ingreso a esta asesoría fue bastante claro y se vio que

realmente es cierto lo que dijeron los encuestados en este sentido. En algunas ocasiones se solicitan cotizaciones a los asesores en línea que no son recibidas por los usuarios, este aspecto también fue comprobado por el grupo de trabajo.

- **Personal – (actitud con el cliente, comunicación, atención al cliente):** los puntos críticos que se dan por las actitudes del personal, fueron tomados de las encuestas y de la información obtenida de la organización por parte del departamento de Servicio

al Cliente en base al proceso de quejas y reclamos. Según estos aspectos las quejas más frecuentes son por mala atención por parte de algunos asesores, información mal dada a los clientes, mala actitud y respuestas frías y cortantes hacia los clientes, entre otros aspectos relacionados siempre con lo ya dicho.

- **Post – venta:** este es uno de los valores agregados que tiene la Agencia de Viajes Aviatur, los puntos críticos fueron tomados de los encuestados donde se quejaron que algunos de los asesores que no manejaban bien la actitud desde el principio no se esforzaban por hacer este proceso de post – venta con eficacia y en algunas ocasiones no recibieron post – venta.
- **Operadores – cruceros, fincas, hoteles, parques, paquetes especializados:** con respecto a los operadores que ofrecen los productos que los clientes compran por intermedio de Aviatur se presenta que los puntos críticos son dados en el momento en que los operadores no informan bien las políticas y cambios que pueden ocurrir entonces la información es transmitida mal desde el principio. Estos cambios generalmente son en tarifas y lo que pueden y no pueden hacer los viajeros al comprar dichos servicios o productos.



La presentación de los puntos críticos con respecto a los operadores se da en este ciclo, iniciando por los operadores cuando mandan mal la información, esta es recibida por el asesor de Aviatur y es explicada al cliente de la manera en que se recibe por el operador; si se recibe mal se da mal o viceversa, o también en el caso que si se de bien la información pero los operadores incumplan con sus mismas políticas. Es también lo que se presenta en el punto crítico que se da en la sección información y cotizaciones, claro que allí ya depende mas de los asesores de Aviatur.

## **GRUPO FOCAL**

Se realizo una entrevista en Aviatour a un Asesor Comercial donde se le pregunto la percepción que tiene sobre las quejas y reclamos más repetitivos de los clientes.

### **1. ¿Que reclamos a recibido por parte de los clientes?**

Los reclamos que más surgen con los viajeros son por incumplimiento de itinerario, por los hoteles al tener sobreventa e inconformidad de tarifa, cambios de tarifas y sobreventa de vuelo, los proveedores prestan mal servicio en el lugar de destino.

### **2. ¿Han sido repetitivos?**

Si son repetitivos especialmente con inconformidad de tarifa puesto que el cliente muchas veces no entiende que las tarifas pueden cambiar.

### **3. ¿Qué solución le ha dado?**

Cuando se presenta con la aerolínea se le busca vuelo con la misma pero en otra hora, cuando es corporativo se busca con otra aerolínea y cuando es por cambio de tarifa la solución la dan en el counter de la aerolínea y cuando no tiene solución por parte del asesor se habla con el ejecutivo de cuenta para realizar la venta.

**ANALISIS DOFA**

**SEGÚN ASPECTOS DE LA EMPRESA**

EJES DE EVALUACION	DEBILIDADES	FORTALEZAS
Fomento empresarial		Reconocimiento en la industria turística, respeto de las otras empresas, organización y buena administración del personal en general.
Comercialización y mercadeo		Excelentes propuestas de mercadeo, publicidad, presentación de la oferta turística. Mantenimiento y mayor posicionamiento de la marca.
Diseño de productos		Cuenta con un Dpto., para el diseño de los productos aunque algunos ya vengán diseñados por los operadores turísticos Aviatur complementa con los servicios que dichos operadores no ofrezcan mejorándolos también con sus servicios especiales y adicionales.  Revistas y folletos virtuales.
Calidad, servicio – productos, precio	<p>Imagen interna y atención de las agencias de la organización.</p> <p>Deficiencia en la asesoría y la forma de expresión y la entrega de la información a los clientes de las agencias de la organización.</p> <p>La mayor parte de las quejas recibidas a la hora de realizar encuestas es por la atención y la mala información que se recibe en las agencias que pertenecen a la organización.</p>	<p>Cuenta con un programa de calidad y un departamento que se encarga del seguimiento y la verificación de las pautas de calidad dentro del sector turístico y servicio en general.</p> <p>Programas y procesos de servicio, seguimiento y verificación de objetivos y metas del departamento.</p> <p>La prioridad es el cliente.</p>
Seguridad, orden publico		Circuito cerrado de seguridad, vigilancia personalizada.
Talento humano	Deficiencia por parte de la profesionalización de las agencias de la organización, falta del conocimiento de idiomas y actualización en turismo.	Aviatur agencia de viajes y turismo posee en general un personal profesional con más de un idioma además constantemente capacitado. Excelente presentación personal, uniformes.
Tecnología		Internet, servicio en línea, servicio las 24 horas, call center, sistema bolívar, sistemas de reservación, y todas las herramientas necesarias para prestar un buen servicio.
Planta, infraestructura, transporte	Las vías de acceso no son las adecuadas para llegar a la empresa, dada la concurrencia de automóviles todos los días y las manifestaciones sociales.	Excelente diseño y distribución de la empresa, ambientación, calidez, imagen de orden, seguridad y seriedad para la venta de productos turísticos a los clientes.
Conectividad	Pagina Web saturada, lo que hace que con frecuencia se bloquee y no funcionen los sistemas de cotización.	<p>La comunicación entre toda la red de agencias y sucursales de la organización.</p> <p>Redes virtuales.</p>

## SEGÚN ASPECTOS DEL SECTOR EN QUE SE DESENSUELVE LA EMPRESA

EJES DE EVALUACION	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Fomento empresarial	Reconocimiento, trayectoria de la organización en la industria turística nacional. Solidez e innovación posicionamiento de la marca.	
Comercialización y mercadeo	El gobierno juega un papel importante al darle concesión en el manejo de los atractivos turísticos más representativos del país.	Cambios y modificaciones de las políticas turísticas nacionales.
Diseño de productos	Innovación en el diseño de los productos y estar un paso delante de las demás agencias.	
Calidad, servicio – productos, precio	La organización Aviatur ha merecido varias distinciones del gremio turístico como lo son : Icontec Certificado de Gestión de la Calidad. Certificado de Calidad Turística. Condecoración al Merito Turístico en la Categoría de Medalla de Oro, Premio al mejor programa de excursiones Nacionales y a la mejor Imagen Corporativa, en 1991. Primer puesto por más de 40 años consecutivos al Mejor Vendedor de Avianca. Premio nacional de Exportaciones de Proexport Colombia Analdex - Exportación Empresas de Servicios.	
Seguridad, orden publico	Política de seguridad democrática, campañas de seguridad dentro del país.	Los posibles atentados que se puedan presentar en las ciudades.
Talento humano	Capacitación y actualización en el campo turístico además de los viajes de incentivo para conocer los destinos y poder asesorar con propiedad. El fondo de empleados es una oportunidad ya que este ofrece planes especiales.	Carga laboral.
Tecnología	Web es una oportunidad para que desde cualquier parte del mundo se pueda conocer los productos y servicios que esta ofrece. A medida que la tecnología avanza se actualiza e implementa en la organización. Programas turísticos para el espacio.	Caída del sistema.
Planta, infraestructura, transporte	Implementar más sucursales en el exterior para su reconocimiento en el mercado. Fortalecer las agencias que se han unido a la organización mediante diseño y homogenización de la imagen interna de toda la organización Aviatur.	Atentados y actos violentos que puedan afectar la infraestructura.
Conectividad	Los clientes de Aviatur pueden obtener a través de la pagina de Internet: Información. Reservas para vuelos nacionales e Internacionales. Servicios turísticos en general. Solicitud de pasajes. En cuanto a la paginase puede encontrar: Planes de viajes nacionales e Internacionales: Centroamérica y Caribe. - Suramérica. - Europa, África	Saturación en acceso y servicios.

### Explicación Dofa

EJES DE EVALUACION	DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Fomento Empresarial		Aviatur se ha consolidado como la agencia de viajes mas solvente del sector turístico nacional.	Reconocimiento, solidez, trayectoria y liderazgo en el mercado.	
Comercialización y mercadeo		Cada producto vendido por Aviatur S.A. es vendido a través de publicidad por la Web, prensa, teléfono, Chat en línea, etc.	El gobierno juega un papel importante al darle concesión en el manejo de los atractivos turísticos más representativos del país.	Cambios y modificaciones de las políticas turísticas nacionales.
Diseño de Productos		Los productos son diseñados de acuerdo a la demanda actual del mercado, tratando de ofrecer nuevos destinos junto con la moda turística de la época.	Innovación en el diseño de los productos y estar un paso delante de las demás agencias.	
Calidad, Servicio, productos, precio.	Algunas sucursales con índices de calidad bajos como por ejemplo imagen interna de empresa y atención	La empresa cuenta con una excelente prestación de servicio, tiene un servicio especializado sin importar quién sea el cliente	La organización Aviatur ha merecido varias distinciones tanto de entidades gubernamentales como empresas y organismos del gremio turístico	
Seguridad y Orden publico		La agencia brinda seguridad con circuito cerrado de televisión lo cual genera confianza a los clientes.		Posibles atentados que se puedan presentar en las ciudades.

EJES DE EVALUACION	DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Talento Humano.	En algunas de las agencias sucursales, hay personal que no posee conocimientos en idiomas extranjeros.	Aviatur oficina principal cuenta con asesores estudiados en turismo y tiene la gran ventaja que todos y cada uno de los asesores que labora allí posee conocimientos en dos idiomas	Capacitación y actualización en el campo turístico además de los viajes de incentivo para conocer los destinos.  El fondo de empleados es una oportunidad ya que este ofrece planes especiales.	Carga laboral
Tecnología		En Aviatur la herramienta fundamental para el manejo administrativo, financiero y comercial es el sistema bolívar.	La página Web es una oportunidad para que desde cualquier parte del mundo se pueda conocer los productos y servicios que esta ofrece.	Caída del sistema
Planta, Infraestructura, transporte.	las vías de acceso no son las adecuadas para llegar a la agencia.	Aviatur cuenta con la oficina principal, oficinas en diferentes puntos de la ciudad y el país y agencias filiales a la organización.	Implementar más sucursales en el exterior para su reconocimiento en el mercado.	Atentados y actos violentos que puedan afectar la infraestructura.
Conectividad	Página Web saturada, lo que hace que con frecuencia se bloquee y no funcionen los sistemas de cotización.	Cuenta con redes virtuales destacadas dentro del medio turístico y se compone de un servicio y atención personalizada virtualmente.	Mostrar y llevarle a los clientes todos los productos y servicios a través de la Web y acceso telefónico.	Saturación en acceso y servicios.

**CRUCE ANÁLISIS DOFA**

	<b>D</b>	<b>F</b>
<b>O</b>	<p>1. Programa de capacitación y seguimiento del servicio ofrecido en las agencias de la organización.</p> <p>2. Programas de actualización en sistemas turísticos para el talento humano de las "agencia de la organización".</p> <p>3. Crear un plan para el diseño de las agencias que se unen a la organización para mantener una imagen homogénea en cuanto a espacio, decoración, y demás aspectos internos de dichas agencias.</p> <p>4. Mantener el reconocimiento por medio de la captación de agencias a nivel nacional.</p>	<p>1. Fomentar programas de ecoturismo, turismo de aventura, con apoyo institucional utilizando la confección de los parques naturales. Aportando a la preservación del país</p> <p>2. Realizar un programa de gestión para el seguimiento de los productos vendidos por las agencias de la organización.</p>
<b>A</b>	<p>1. Fomentar una estrategia de mercado que se este actualizando semestralmente aplicando tendencias de comercialización de productos según métodos mundiales y destinos pocos vendidos dentro de Aviatur.</p> <p>2. Crear un programa para el progreso de los empleados que no tienen los estudios suficientes en idiomas, gestión de servicios y demás. (Enfocados en las agencias de la organización). Acorde a los horarios laborales para la facilidad y el aprendizaje optimo de los empleados.</p>	<p>1. Diseñar un programa de horarios flexibles por turnos según lo estipulado en las leyes, incrementando personal para mejoras del país y la posibilidad del estudio de los empleados.</p> <p>2. Realizar un análisis de los aspectos más importantes a mostrar a los clientes para reducir la carga y saturación de la página Web.</p> <p>3. Crear un sistema de seguimiento para el funcionamiento de los cotizadotes virtuales y de los asesores en línea.</p>

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>1. Programa de capacitación y seguimiento del servicio ofrecido en las agencias de la organización.</p>	<p>1. Estudio a fondo de cómo se encuentran los empleados en cuanto al servicio turístico que brindan al cliente.</p> <p>2. Revisar los procesos que se llevan en las agencias como Horarios, procesos de servicio, quejas y reclamos etc.</p> <p>3. Realizar un recuento de todas las fallencias encontradas y hacer un proceso de evaluación</p> <p>4. Plantear el programa según la evaluación y aspectos a mejorar.</p>	<p>Capacitación</p>	<p>Enero de 2009</p>	<p>Abril de 2009</p>	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Agencia de viajes  
 Aviatur.  
 Capacitación**

**Presidencia**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
2. Programas de actualización en sistemas turísticos para el talento humano de las "agencia de la organización".	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisar los sistemas turísticos que se utilizan en la agencia.</li> <li>2. analizar el estado del personal en cuanto a los sistemas.</li> <li>3. Seleccionar fechas y capacitadores.</li> </ol>	Departamento de sistemas	Enero de 2009	Indefinido	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia de viajes Aviatur.**

**Sistemas**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INIICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>3. Crear un plan para el diseño de las agencias que se unen a la organización para mantener una imagen homogénea en cuanto a espacio, decoración, y demás aspectos internos de dichas agencias.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inspección de los interiores de las agencias de la organización.</li> <li>2. selección de las agencias que necesitan de la redistribución.</li> <li>3. búsqueda de un decorador de interiores y un arquitecto.</li> <li>4. Cotizaciones, análisis y elección.</li> <li>5. Contrato con proveedores.</li> </ol>	Arquitectura	Enero de 2009	Septiembre de 2009	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia de viajes Aviatu.**

**Vicepresidencia administrativa.**

**Arquitectura**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
4. Mantener el reconocimiento por medio de la captación de agencias a nivel nacional.	<p>1. Realizar un estudio del mercado empresarial a nivel nacional.</p> <p>2. Analizar las empresas que están fuera de la organización y tiene gran potencial en clientes y mercado turístico.</p> <p>3. Plantear una oferta a dichas agencias para la unión de esfuerzos y mezclas de productos.</p>	Mercadeo y publicidad	Enero de 2009	Indefinido	

Asamblea general

Junta directiva

Presidencia agencia  
de viajes Aviatur.

Mercadeo y  
publicidad

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>1. Fomentar una estrategia de mercado que se este actualizando semestralmente aplicando tendencias de comercialización de productos según métodos mundiales y destinos pocos vendidos dentro de Aviatur.</p>	<p>1. Realizar un analisis interno para determinar si realmente esta en condiciones de llevar a cabo el proyecto.</p> <p>2. Tener objetivos claros para fomentar la estrategia.</p> <p>3. Tener en cuenta los elementos de la mezcla de marketing producto, precio, promoción y distribución.</p>	<p>Mercadeo y publicidad</p>	<p>Enero de 2009</p>	<p>Junio de 2009</p>	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia de viajes Aviatur.**

**Mercadeo y publicidad.**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
2. Crear un programa para el progreso de los empleados que no tienen los estudios suficientes en idiomas, gestión de servicios y demás. (Enfocados en las agencias de la organización). Acorde a los horarios laborales para la facilidad y el aprendizaje optimo de los empleados.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar el lugar adecuado.</li> <li>2. personal capacitado para asesorar y enseñar.</li> <li>3. Establecer tiempo de aprendizaje.</li> <li>4. establecer horarios que no interfieran en horas laborales.</li> </ol>	Capacitación	Enero de 2009	Indefinido	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia  
de viajes Aviatur.**

**Capacitaciones**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INIICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>1. Fomentar programas de ecoturismo, turismo de aventura, con apoyo institucional utilizando la confección de los parques naturales. Aportando a la preservación del país</p>	<p>1. Realizar un estudio donde se muestren la cantidad de parques naturales que se encuentran a disposición del turismo teniendo en cuenta las concesiones de la empresa.</p> <p>2. realizar un estudio a cerca del estado en el cual se encuentran cada uno de los parques enlistados, y plantear un diseño de las adaptaciones que se necesitan para su uso turístico.</p> <p>3. Realizar un plan de diseño, elaboración, proveedores, entre otros.</p>	<p>Vicepresidencia viajes y turismo</p>	<p>Enero de 2009</p>	<p>Indefinido</p>	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia de viajes Aviatur.**

**Vicepresidencia viajes y turismo**

**Turismo ecológico y de aventura**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>2. Realizar un programa de gestión para el seguimiento de los productos vendidos por las agencias de la organización</p>	<p>1. Realizar un estudio a cerca de los procesos que se manejan en las agencias de la organización según los productos que cada una vende.</p> <p>2. plantear los puntos débiles de la venta que manejan en las agencias exponiendo puntos a mejorar.</p> <p>3. diseñar un plan de mejoramiento de los procesos que tienen falencias para poner en marcha en cada agencia.</p>	<p>Gerencias Generales</p>	<p>Enero de 2009</p>	<p>Indefinido</p>	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia  
de viajes Aviatur.**

**Gerencias  
Generales**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
1. Diseñar un programa de horarios flexibles por turnos según lo estipulado en las leyes, incrementando personal para mejoras del país y la posibilidad del estudio de los empleados.	<p>1. Realizar un estudio en base a la cantidad de empleados de la organización y en cuanto a los empleados que necesitan mejorar sus estudios verificando cuanta es la totalidad de nuevos Empleados necesarios para suplir los horarios en los que falte personal a causa del estudio.</p> <p>2. diseñar horarios de acuerdo a las estadísticas anteriores aplicando salarios de acuerdo a dichos horarios.                      Aplicar</p>	Gerencia de Gestión Humana	Enero de 2009	Indefinido	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia  
 de viajes Aviatur.**

**Gerencias de  
 Gestión Humana**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>2. Realizar un análisis de los aspectos más importantes a mostrar a los clientes para reducir la carga y saturación de la página Web.</p>	<p>1. Realizar una revisión de los temas presentación en la pagina Web, analizando y verificando la cantidad de información que se muestra por aspecto, además de realizar una revisión sobre los medios electrónicos de cotización y reservas para el usuario.</p> <p>2. verificar la información que se encuentra en la página con la información que se tiene de cada aspecto realizando un resumen sintético con lo más importante de los destinos turísticos, productos – servicios, entre otros, dejando también la tentativa para que los clientes se comuniquen con la agencia para una atención mas personalizada.</p> <p>3. enlistar y hacer una base de la información a corregir dentro de la página, eliminando carga y saturación de imágenes.</p>	<p>Mercadeo y publicidad</p>	<p>Enero de 2009</p>	<p>Indefinido</p>	

**Asamblea general**

**Junta directiva**

**Presidencia agencia  
de viajes Aviatur.**

**Mercadeo y  
Publicidad**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	RECURSOS
<p>3. Crear un sistema de seguimiento para el funcionamiento de los cotizadores virtuales y de los asesores en línea.</p>	<p>1. hacer una revisión a cerca del funcionamiento de los cotizadores virtuales y a cerca del manejo y la asesoría de los empleados del servicio de 24 horas.</p> <p>2. verificar los procesos y el cumplimiento del envío de la información por parte de los asesores.</p> <p>3. diseñar un programa de seguimiento donde se pueda observar la cantidad de usuarios que utilizan directamente los cotizadores virtuales y para los usuarios que utilizan el servicio de asesoría en línea. Donde se pueda apreciar también la cantidad de cotizaciones e información dada por los asesores durante el día haciendo estadísticas diarias, mensuales y anuales.</p>	<p>Mercadeo y publicidad</p>	<p>Enero de 2009</p>	<p>Indefinido</p>	

**Asamblea general**

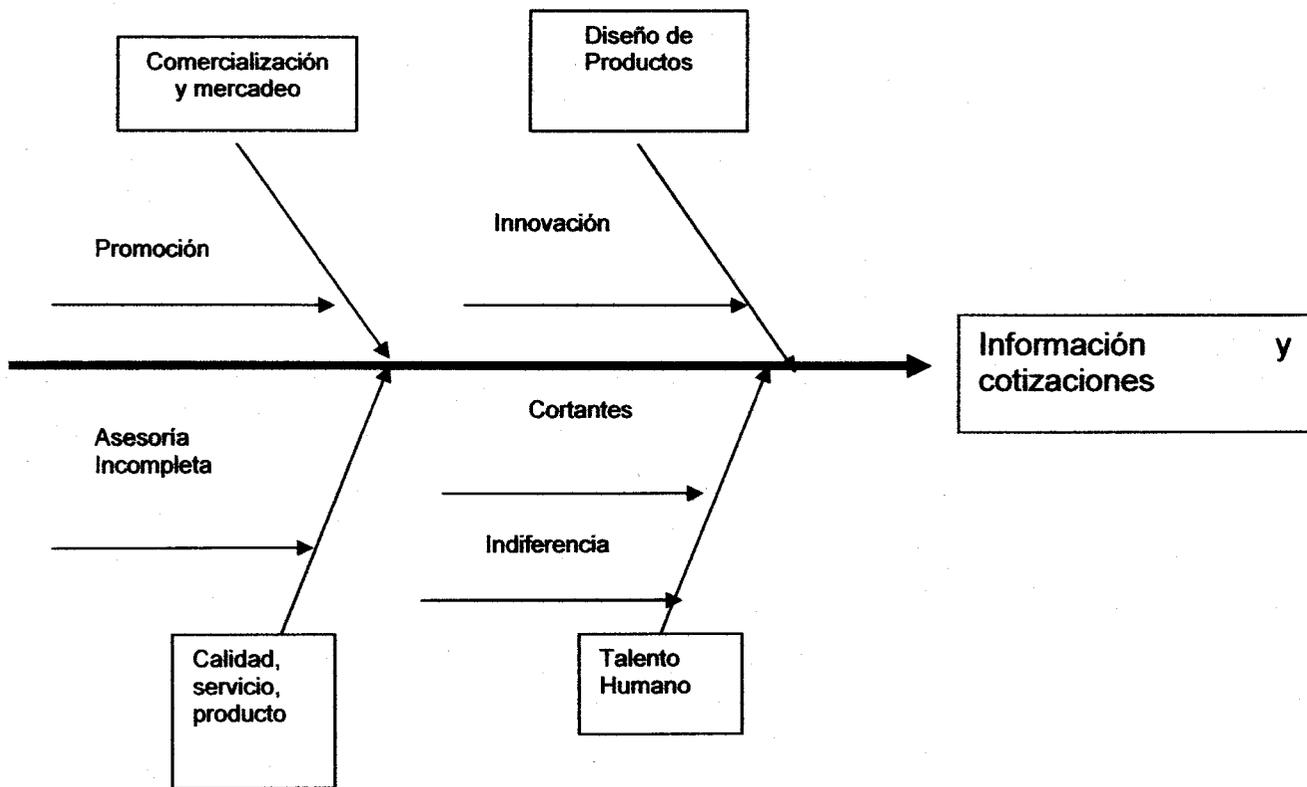
**Junta directiva**

**Presidencia agencia  
de viajes Aviatur.**

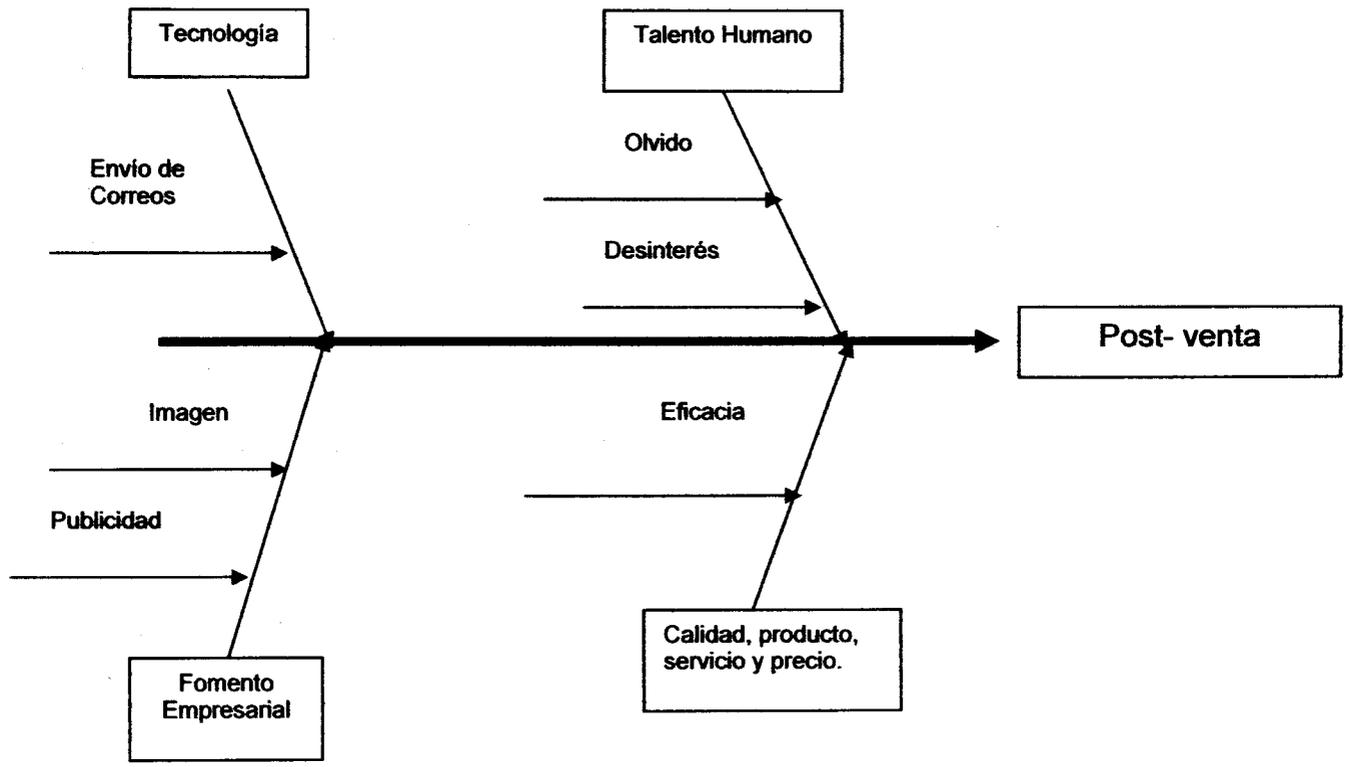
**Mercadeo y  
Publicidad**

## DIAGRAMAS DE ISHIKAWA

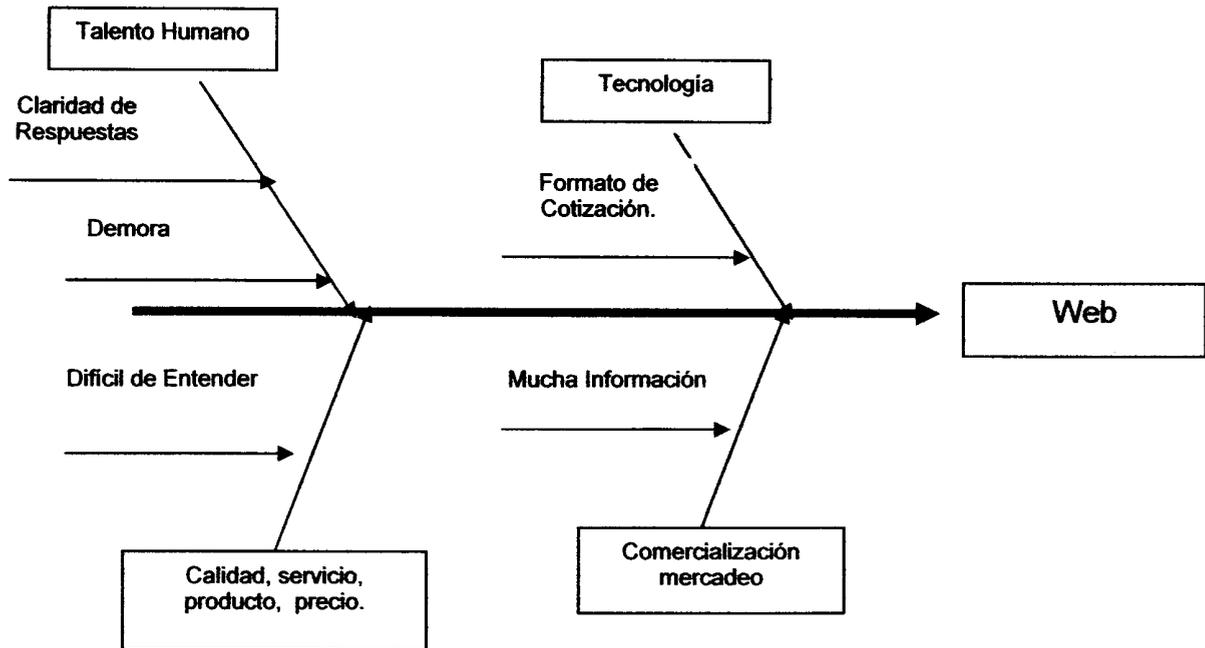
### PUNTO CRITICO: INFORMACION Y COTIZACIONES



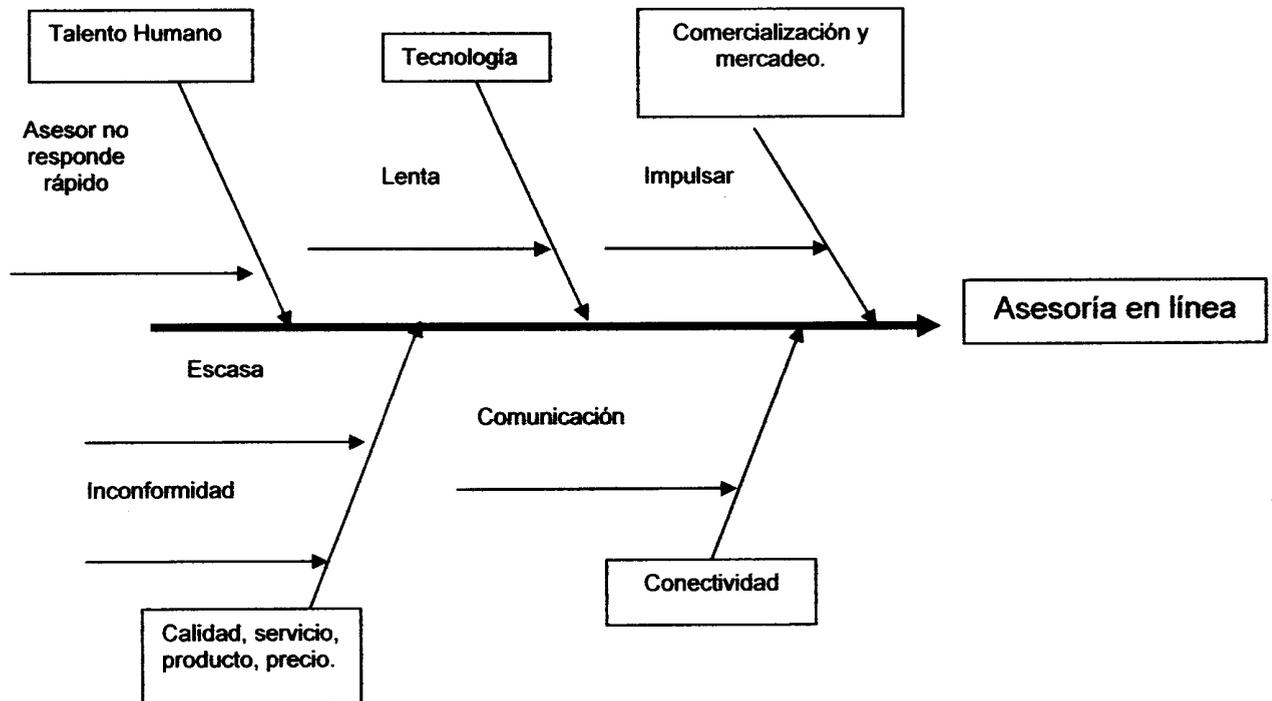
# PUNTO CRÍTICO: POST - VENTA



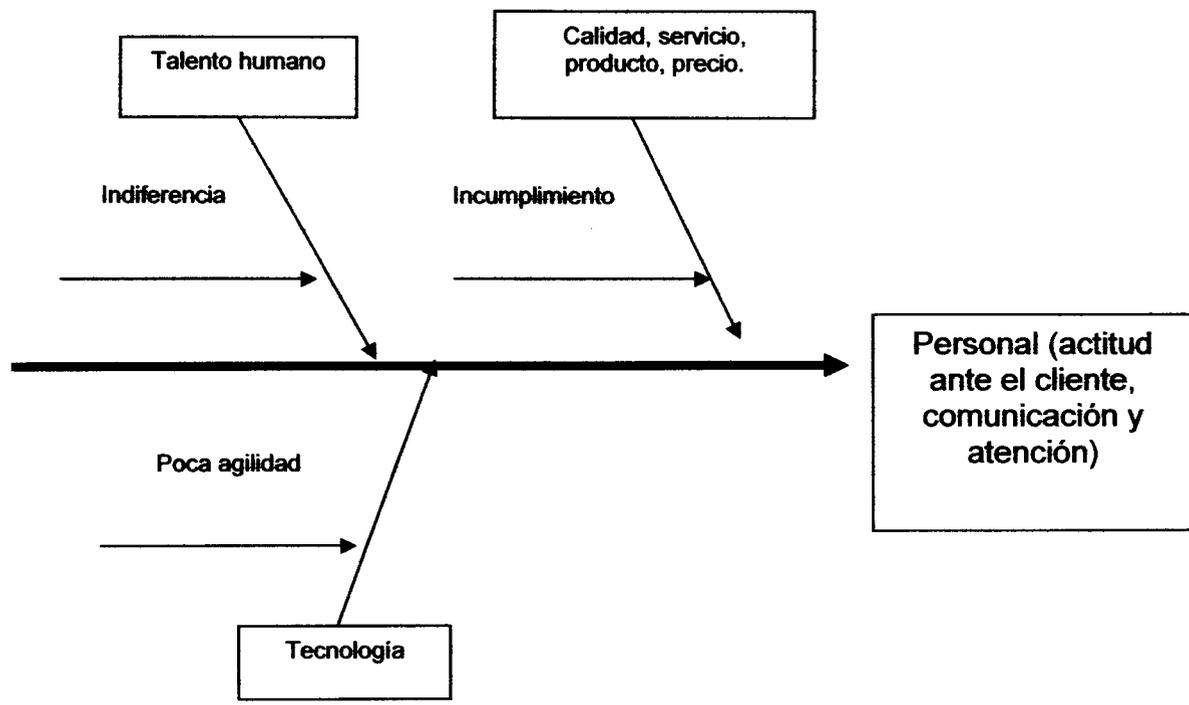
### PUNTO CRÍTICO: WEB



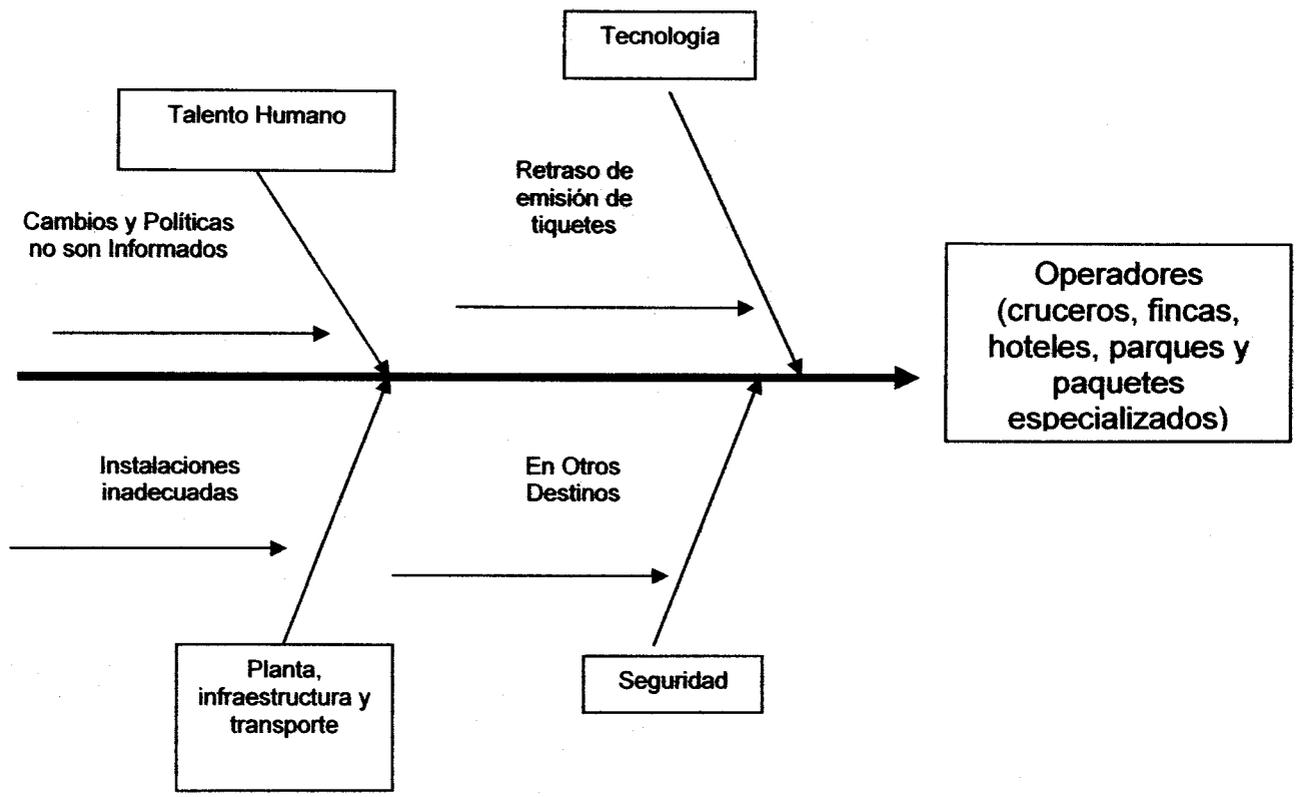
### PUNTO CRÍTICO: ASESORIA EN LÍNEA



### PUNTO CRITICO: PERSONAL (Agencias de la organización)



### PUNTO CRITICO: OPERADORES TURÍSTICOS



Misión

Aviatur Ofrece los mejores productos en pro de la excelencia, llegando a un nivel de servicio que permita alcanzar un desarrollo integral como personas y como empresa.

Visión

Ser una compañía reconocida por: Su interés en tratar de lograr lo mejor en la atención de las necesidades de sus clientes, en la selección de los productos y servicios que ofrece.

Foco en el Cliente

Incremento del Beneficio Cliente-Empresa 1

Generar Sostenibilidad

Perspectiva Financiera

Aumentar ingresos Operacionales 2

Ampliación del Margen de Operación

Incrementar el rendimiento de los Activos Fijos 4

Perspectiva de clientes y

- Clientes
- Sucursales
- Agencias de Viajes
- Empresas filiales
- Empleados Internos
- Comunidad
- Clientes Reales

Propuesta de Valor

- Calidad
- Eficacia
- Cumplimiento
- Servicio
- Producto
- Precio, atención

Garantizar Fidelización del

Fácil Reconocimiento de la Marca 6

Reconocimiento de los productos y servicios

Ampliar Mercados y Productos 8

Perspectiva de procesos

Productividad Incrementar

Foco en el Cliente

Mejorar la Atención Y asesoría al Cliente

Incrementar el Grado de Conocimiento y Satisfacción al Cliente 11

Crecimiento

Implementar la Innovación constante, ser pioneros y adaptarse a un mundo de cambio constante 12

Desarrollo Social

Fortalecer los programas sociales enfocados al mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones y comunidades en alto

Perspectiva de Aprendizaje y

Talento

Desarrollar Programas de capacitación en idiomas y demás competencias que tengan relacion con el

Capital Organizacional

Incluir a todo el talento Humano en la capacitación de las diferentes competencias

Fortalecer e Incentivar las ideas de Innovación enfocadas al cliente

Tecnología e

Desarrollar programas de actualización en sistemas turísticos para el recurso Humano en (Sabré, Amadeus v Sistema Bolívar)

## FOCO EN EL CLIENTE

Desde la perspectiva de aprendizaje se desprenden estrategias para desarrollar y fortalecer el talento humano, el capital organizacional y la tecnología e información que son la base para seguir el proceso de incremento del beneficio cliente  $\rightarrow$  empresa.

En la perspectiva de procesos se busca la productividad mediante estrategias dirigidas al mejoramiento del foco en el cliente, el crecimiento y desarrollo social; ya que esta organización cuenta con la fundación Aviatour. Con la estrategia de productividad se aumentarían los ingresos operacionales.

Las estrategias dirigidas a mejorar la atención al cliente e incrementar el grado de satisfacción de este, garantiza la fidelización y fácil reconocimiento de la marca Aviatour en las personas y los clientes. Por esto se facilita el reconocimiento de los productos y servicios además de ampliar mercados lo que notablemente aumentaría el margen de operación de Aviatour agencia de viajes.

Este proceso se finaliza con estrategias y perspectivas financieras aumentando los ingresos operacionales, ampliando márgenes de operación e incrementando el rendimiento de los activos fijos. Lo que conlleva a generar sostenibilidad financiera y obtener un notable incremento del beneficio cliente  $\rightarrow$  empresa, basados en la misión y visión de Aviatour agencia de viajes.

## CONCLUSION

Al realizar el trabajo de investigación durante este diplomado nos dimos cuenta que Aviatur S.A. es una organización que ofrece a los clientes una amplia variedad de servicios y productos que siempre busca satisfacer las necesidades y superar las expectativas de este.

Aviatur es una agencia que se desenvuelve tanto Nacional como Internacionalmente, siempre adaptándose a las necesidades inmediatas del mercado.

Al realizar una comparación con empresas dedicadas a una misma Industria como lo es el Turismo se noto una gran diferencia. Ya que el mayor éxito de esta organización se debe a la superioridad de los productos y servicios que ella ofrece, y también su éxito se debe a la dirección financiera que en esta se maneja.

Es una organización moderna, dinámica y que continuamente es cambiante, por que al no ser una empresa en continuo cambio seria seguro que estaría atrás y no estaría como una de las mejores organizaciones del Turismo.

El turismo es un gran potencial para el desarrollo económico del país, ya que aumenta el producto interno bruto, lo que conlleva a un mejor desarrollo en el sector turístico que incluye tanto aerolíneas y operadores de servicios turísticos como agencias de viajes y demás.

En este caso nos centramos en mencionar y analizar una agencia de viajes que abarca casi todo el mercado turístico en Colombia, por lo anterior nos referimos a Aviatour ya que desde 1957 cuando inicia sus operaciones y la formación del grupo empresarial Aviatour, conformado por empresas filiales, subsidiarias y marcas como Avia, Unión Cargo, Cielos Abiertos entre otras, siempre se ha caracterizado por diseñar y ofrecer los mejores productos en pro de la excelencia y superando en servicio a varias de las agencias de viajes existentes en el mercado.

Aviatour busca entregar tanto calidad como servicio a los clientes y a la comunidad en general tratando siempre de superar las expectativas y satisfaciendo las necesidades de ellos, para esto cuenta actualmente con 2.100 agencias de viajes y con 3.330 colaboradores en todo el territorio nacional y se encuentra ampliando sus sucursales y servicios con la implementación de oficinas de representación en varias ciudades del exterior, lo que la hace líder en el sector turístico nacional.

## BIBLIOGRAFIA

Contactos Aviatur S.A. Eduardo Muñoz, Gerente de Mercadeo

Contactos Aviatur S.A. Carmen Cecilia Higuaran, Vicepresidenta de Servicio al Cliente

Internet Explorer, [www.aviatur.com.co](http://www.aviatur.com.co)