

Gestión integral inteligente en turismo. Requisitos y buenas prácticas

E: Comprehensive smart management in tourism.
Requierments and good practices

CORRESPONDENCIA:

DESCRIPTORES: turismo; turismo inteligente

ICS: 03.200.01



© ICONTEC 2024

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida o utilizada en cualquier forma o por cualquier medio, electrónico o mecánico incluyendo fotocopiado y microfilmación, sin permiso por escrito del editor.

Editada por ICONTEC. Bogotá, D.C. Tel. (57) (601) 5806419

Edición 1.0

Prohibida su reproducción | Editada 2025-06-04

PRÓLOGO

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) es el organismo nacional de normalización, según el Decreto 1595 de 2015.

ICONTEC es una entidad de carácter privado, sin ánimo de lucro, cuya Misión es fundamental para brindar soporte y desarrollo al productor y protección al consumidor. Colabora con el sector gubernamental y apoya al sector privado del país, para lograr ventajas competitivas en los mercados interno y externo.

La representación de todos los sectores involucrados en el proceso de Normalización Técnica está garantizada por los Comités Técnicos y el período de Consulta Pública, este último caracterizado por la participación del público en general.

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos elementos de este documento pueden ser objeto de derechos de patente. ICONTEC no asume la responsabilidad por la identificación de dichas patentes, o por la documentación que se haya aportado que goza de esta protección legal.

El proceso de elaboración de la norma NTC 6749 fue liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el Fondo de Turismo - FONTUR como contratante del proceso.

La NTC 6749:2024 fue estudiada por el CTN T617 - Turismo Inteligente y ratificada por el Consejo Directivo de 2024-12-11.

Este documento está sujeto a ser revisado en cualquier momento con el objeto de que responda a las necesidades y exigencias actuales. Se invita a los usuarios de este documento a presentar sus solicitudes de revisión a ICONTEC; sus comentarios serán puestos a consideración del comité técnico responsable del estudio de este tema.

ICONTEC cuenta con un Centro de Información que pone a disposición de los interesados normas internacionales, regionales y nacionales y otros documentos relacionados.

DIRECCIÓN DE NORMALIZACIÓN

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	I
1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN	1
2. REFERENCIAS NORMATIVAS	1
2.1 Normas ISO.....	2
3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES	2
4. MODELO DE LA GESTIÓN INTEGRAL INTELIGENTE	4
5. CRITERIOS PARA LA GESTIÓN INTEGRAL INTELIGENTE	6
5.1 Gobernanza	6
5.2 Gestión empresarial.....	9
5.3 Sostenibilidad.....	14
5.4 Inclusión	15
5.5 Innovación	17
5.6 Tecnología	19
5.7 Seguridad.....	21
ANEXO A (INFORMATIVO/NORMATIVO) NIVELES DE CALIDAD PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS	26
ANEXO B (INFORMATIVO) BIBLIOGRAFÍA.....	31

INTRODUCCIÓN

En Colombia ha habido tres entidades desde lo público; que se han encargado del desarrollo del sector.

En primer lugar, la Empresa Colombiana de Turismo creada por disposición del decreto 272 de octubre de 1957. En segundo lugar, la Corporación Nacional de Turismo, creada por el decreto 2700 del 28 de octubre de 1968 como empresa industrial y comercial del estado.

En tercer lugar, la creación del Viceministerio de Turismo adscrito al ministerio de Industria y Comercio a través del decreto 2785 de 2006. Según el decreto, del Viceministerio hacen parte dos dependencias: la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción.

La primera tiene entre sus funciones la de coordinar la elaboración del Plan Sectorial de Turismo; y la de brindar asistencia técnica a las entidades territoriales en la elaboración de los planes de desarrollo turístico, la inclusión del sector en los planes de ordenamiento territorial y el diseño de productos turísticos.

También debe brindar asistencia técnica a los prestadores de servicios turísticos en materia de calidad y certificación; coordinar con la Policía Nacional el funcionamiento de la Policía de Turismo; y proponer y ejecutar convenios internacionales de cooperación turística, entre otras funciones.

Por su parte la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción esta encargada de llevar el Registro Nacional de Turismo y el Sistema Nacional de Información Turística; y de adelantar las investigaciones sobre las quejas contra los prestadores de servicios turísticos. Así mismo, entre sus funciones se encuentra elaborar estudios e indicadores sobre el comportamiento del sector; proponer estrategias tendientes a mejorar el acceso al crédito y el financiamiento para las empresas turísticas; y certificar sobre la prestación de servicios hoteleros en establecimientos nuevos, remodelados y ampliados, para acceder a la exención que contempla el estatuto tributario.

Desde sus orígenes, la entidad relacionada con el turismo en Colombia ha sido la que define los lineamientos con respecto a las políticas públicas y a las normas requeridas para el correcto desarrollo del sector turístico en el país.

De acuerdo con este propósito, bajo el eje de gobernanza y con miras de asegurar la productividad de las empresas del sector; el Viceministerio de Turismo ha considerado crear el Programa Nacional de Calidad Turística con el fin de mejorar los niveles de calidad y promoverla como principio rector de la actividad turística desde una perspectiva integral.

Este programa articula a diferentes actores para conformar un conjunto de herramientas que permiten mejorar la productividad y la calidad de los servicios turísticos, a través de la implementación y distinción de buenas prácticas en la gestión empresarial, gobernanza, seguridad, innovación, tecnología, sostenibilidad e inclusión.

La aplicación de las buenas prácticas sobre la gestión empresarial mencionadas anteriormente abre la oportunidad de impulsar su normalización de modo que se genere un documento normativo, único en la región, sobre el abordaje de estos aspectos de manera alineada con la metodología de destino turístico inteligente. Adicionalmente, este documento normativo es la base para crear el esquema de certificación y sello “GESTIÓN INTEGRAL INTELIGENTE” que contiene el sistema.

Es así, como el Instituto Distrital de Turismo como entidad rectora de la gestión turística de Bogotá, también ha implementado un sistema de calidad en el turismo, que ve en la normalización de las buenas prácticas del Sistema Distrital de Calidad Turística - SIDCAT una herramienta de gobernanza que facilita su aplicación y reconocimiento.

Finalmente, el Viceministerio de Turismo e Icontec trabajaron conjuntamente para la elaboración de este documento normativo que busca promover la calidad desde una perspectiva integral, de modo que propenda por la prestación de servicios turísticos con altas capacidades de cumplimiento y satisfacción sobre las necesidades y expectativas de las distintas partes interesadas y las exigencias del mercado en torno a la gestión de la gobernanza, gestión empresarial, sostenibilidad, inclusión, innovación, tecnología y seguridad logrando con esto empresas productivas y competitivas en el escenario local, regional, nacional e internacional con servicios turísticos de talla mundial.

GESTIÓN INTEGRAL INTELIGENTE EN TURISMO. REQUISITOS Y BUENAS PRÁCTICAS

1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Este documento normativo especifica los requisitos y las buenas prácticas para una gestión integral inteligente para:

- prestadores de servicios turísticos; y,
- atractivos turísticos

La gestión integral inteligente que aborda este documento considera siete (7) ejes de acción:

- gobernanza;
- gestión empresarial;
- sostenibilidad;
- inclusión
- innovación;
- tecnología; y,
- seguridad.

Los requisitos de este documento normativo son aplicables a los aspectos que pueden ser controlados por los prestadores de servicios turísticos y los atractivos turísticos que en adelante se denominan “organización turística”.

Este documento normativo es aplicable a cualquier organización turística, independientemente de su tipo, tamaño o ubicación, que desee:

- a) implementar, mantener y mejorar las prácticas en torno a la gestión de la gobernanza, gestión empresarial, sostenibilidad, inclusión, innovación, tecnología y seguridad, y
- b) asegurar la conformidad con sus políticas sobre la gobernanza, gestión empresarial, sostenibilidad, inclusión, innovación, tecnología y seguridad.

NOTA La implementación de este documento normativo no exime al usuario de cumplir la legislación nacional vigente aplicable.

2. REFERENCIAS NORMATIVAS

Los siguientes documentos normativos se referencian en el texto de tal manera que parte o la totalidad de su contenido constituye requisitos para este documento. Para las referencias fechadas, se aplica únicamente la edición citada. Para referencias no fechadas, se aplica la última edición del documento referenciado (incluida cualquier corrección).

2.1 Normas ISO

ISO 7001, *Graphical Symbols. Public Information Symbols.*

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Para los propósitos de este documento normativo, se aplican los siguientes términos y definiciones.

3.1 accesibilidad. Característica que permite en cualquier espacio o ambiente exterior o interior, el fácil desplazamiento de la población en general y el uso en forma confiable y segura de los servicios, productos, sistemas e instalaciones existentes en esos ambientes, e incluye la eliminación de barreras físicas, actitudinales y de comunicación.

3.2 atractivo turístico con administración. Recursos naturales y culturales que tienen el potencial y capacidad de atraer a los visitantes y cuentan con una administración legalmente constituida.

[Fuente: Resolución 0612 de 2024 Resolución Calidad Turística, modificada]

3.3 cliente - usuario. Persona u organización que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella.

EJEMPLO Consumidor, cliente, usuario final, minorista, receptor de un producto o servicio de un proceso interno, beneficiario y comprador.

[Fuente: NTC-ISO 9000:2015, 3.2.4, modificado: Se eliminó la Nota 1 a la entrada]

3.4 competencia. Capacidad demostrada para poner en acción conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que hacen posible su desempeño en diversos contextos sociales. Se evidencia a través del logro de los resultados de aprendizaje.

3.5 gestión integral inteligente. Inclusión de la gobernanza, seguridad, inclusión, sostenibilidad, innovación y tecnología en los procesos que se han definido para la gestión de la organización.

3.6 gestión empresarial. Actividades enmarcadas en una estrategia de negocios y que aportan valor a una organización, procurando la productividad y competitividad empresarial

3.7 gobernanza corporativa. Sistema basado en personas mediante el cual una organización es dirigida, supervisada y responsable de lograr su propósito definido.

Nota 1 a la entrada: Para los propósitos de este documento normativo, en adelante se denominará “Gobernanza”.

3.8 habilidades blandas. Resultado de una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser, de acercamiento a los demás, entre otras; que forjan a una persona capaz de relacionarse y comunicarse de manera efectiva con otros.

3.9 inclusión. Proceso que asegura que todas las personas tengan las mismas oportunidades, y la posibilidad real y efectiva de acceder, participar, relacionarse y disfrutar de un bien, servicio o ambiente, junto con los demás ciudadanos, sin ninguna limitación o restricción por motivo de etnia, color, orientación sexual, identidad de género, origen nacional, familiar o social, lengua, religión, discapacidad, aspecto físico o cualquier otra condición o situación social, mediante acciones concretas que ayuden a mejorar de manera integral las condiciones de vida de los individuos.

[Fuente: REFERENCIAL TÉCNICO PARA PREVENIR Y ELIMINAR CUALQUIER TIPO Y FORMA DE DISCRIMINACIÓN.]

3.10 innovación. Entidad nueva o modificada que realiza o redistribuye valor.

Nota 1 a la entrada: La novedad y el valor son relativos y están determinados por la percepción de la organización y las partes interesadas pertinentes.

Nota 2 a la entrada: Una innovación puede ser un producto, servicio, proceso, modelo, método, etc.

Nota 3 a la entrada: La innovación es un resultado. La palabra "innovación" a veces se refiere a actividades o procesos que tienen como resultado o tienen como objetivo la innovación. Cuando se usa "innovación" en este sentido, siempre debe usarse con algún tipo de calificativo, por ejemplo, "actividades de innovación".

[Fuente: ISO 56000, 3.1.1 modificado: no se incluye Nota a la entrada 4]

3.11 organización turística. Prestadores de servicios turísticos, atractivos turísticos que son representados por una persona o grupo de personas que tiene sus propias funciones con responsabilidad, autoridades y relaciones para lograr sus objetivos.

Nota 1 a la entrada: El concepto de organización turística incluye, entre otros, un trabajador independiente, compañía, corporación, firma, empresa, autoridad, asociación, organización benéfica o institución, o una parte o combinación de éstas.

3.12 parte interesada. Persona u organización que puede afectar, ser afectada o percibirse a sí misma como afectada por una decisión o actividad.

[Fuente: NTC-ISO 9000:2015, 3.2.3, modificada: no se incluye el ejemplo y la Nota 1]

3.13 plataforma estratégica. Es una estructura conceptual que define y direcciona los lineamientos organizacionales, como lo es la misión, visión, objetivos, valores corporativos y políticas institucionales.

3.14 prestadores de servicios turísticos. Toda persona natural o jurídica domiciliada en Colombia o en el extranjero, que, directa o indirectamente preste, intermedie, contrate, comercialice, venda o reserve servicios turísticos, inscrito en el Registro Nacional de Turismo.

[Fuente: Ley 2068 de 2020, Artículo 3 – Numeral 7, modificado]

3.15 seguridad. Grado de protección contra los riesgos identificados.

3.16 sostenibilidad. Estado del sistema global de objetivos, incluidos los aspectos ambientales, socioculturales y económicos, en el que se satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Nota 1 a la entrada: Los aspectos ambientales, socioculturales y económicos interactúan, son interdependientes y a menudo se los denomina las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Nota 2 a la entrada: La sostenibilidad es la meta del desarrollo sostenible.

[Fuente: ISO Guide 82, 3.1]

3.17 tecnología. Medios para optimizar las condiciones de operación de un servicio a partir de la mejora de sus procesos.

3.18 toma de conciencia. La toma de conciencia se logra cuando las personas entienden sus responsabilidades y cómo sus acciones contribuyen al logro de los objetivos de la organización.

[Fuente: NTC-ISO 9000:2015, 2.2.5.4]

3.19 enfoque diferencial. Es un método de análisis, actuación y evaluación que reconoce y valora diversidades, capacidades, riesgo y vulnerabilidades que caracterizan el ciclo vital e histórico, individual y colectivo de diferentes grupos sociales. Así, el enfoque diferencial busca la inclusión de la población, bajo contextos que lleven al diálogo y reconocimiento de sus diferencias.

[Fuente: Memoria Conferencia Enfoque Diferencial. Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia y Academia Diplomática Augusto Ramírez Ocampo. 11 sept 2025].

3.20 idoneidad. Hace referencia a qué tan apropiada o idónea es la gestión integral inteligente para la organización turística.

3.21 adecuación. Hace referencia a qué tan adecuada se encuentra la gestión integral inteligente a los requisitos de esta norma, los legales, los reglamentarios y los de las partes interesadas.

3.22 eficacia. Hace referencia a qué tan eficaz es la gestión integral inteligente, es decir, en qué medida se están logrando los objetivos establecidos por la organización turística.

[Fuente: construcción propia, basado en la guía para la implementación de la ISO 9001:2015, de ISO]

4. MODELO DE LA GESTIÓN INTEGRAL INTELIGENTE

4.1 Para el cumplimiento de las acciones de la gestión integral inteligente de una organización turística en cada uno de los ejes, la organización turística debe:

- a) generar un impacto positivo a sus clientes o usuarios y maximizar los resultados empresariales;
- b) demostrar transparencia y un comportamiento ético frente a sus partes interesadas;
- c) cumplir los requisitos legales, aquellos definidos como propios y los exigidos por el mercado;
- d) adelantar acciones para la apropiación y el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y optimización de los procesos;
- e) tener un enfoque al cliente procurando que este perciba valor en los productos o servicios que recibe;
- f) crear, mantener y mejorar mecanismos que propicien la mejora continua, y
- g) tener un enfoque a riesgos y oportunidades, con respecto a los 7 ejes de acción de la gestión integral inteligente en turismo y sobre aquellos que en virtud de nuevas tecnologías y mejoras pudieran sobrevenir.

4.2 La gestión sobre cada uno de los ejes debería realizarse de manera integrada considerando transversalidad y su relación entre sí; esta propuesta fue concebida pensando en la sinergia y la visión sistémica de cada uno de los ejes sobre los otros (véase la Figura 1), donde:

- a) El eje de gobernanza permite articular al interior de la organización turística los esfuerzos para la maximización de los resultados previstos por la alta dirección (véase el numeral 5.1).
- b) El eje de gestión empresarial facilite la definición del esquema estratégico, táctico, operativo y de mejora continua para mejorar su competitividad y la productividad (véase el numeral 5.2).
- c) El eje de sostenibilidad ayude a prevenir y gestionar los impactos en el ámbito de lo ambiental, lo sociocultural y lo económico, mitigando los negativos y potenciando los positivos de su actividad (véase el numeral 5.3).
- d) El eje de inclusión permite la creación de servicios que pueden ser disfrutados por cualquier persona mejorando las experiencias y la comprensión de la información ofrecida a los usuarios (véase el numeral 5.4).
- e) El eje de innovación gestiona las actividades para el desarrollo de mejoras y creación de nuevos productos y procesos (numeral véase el 5.5).
- f) El eje de tecnología ayuda a la apropiación y el uso de TIC y optimización de los procesos, así como la generación y consulta de fuentes de información para la toma de decisiones aumentando la efectividad organizacional (numeral véase el 5.6).
- g) El eje de seguridad conlleva a la identificación y tratamiento de los riesgos y sus impactos sobre la organización turística (numeral véase el 5.7).

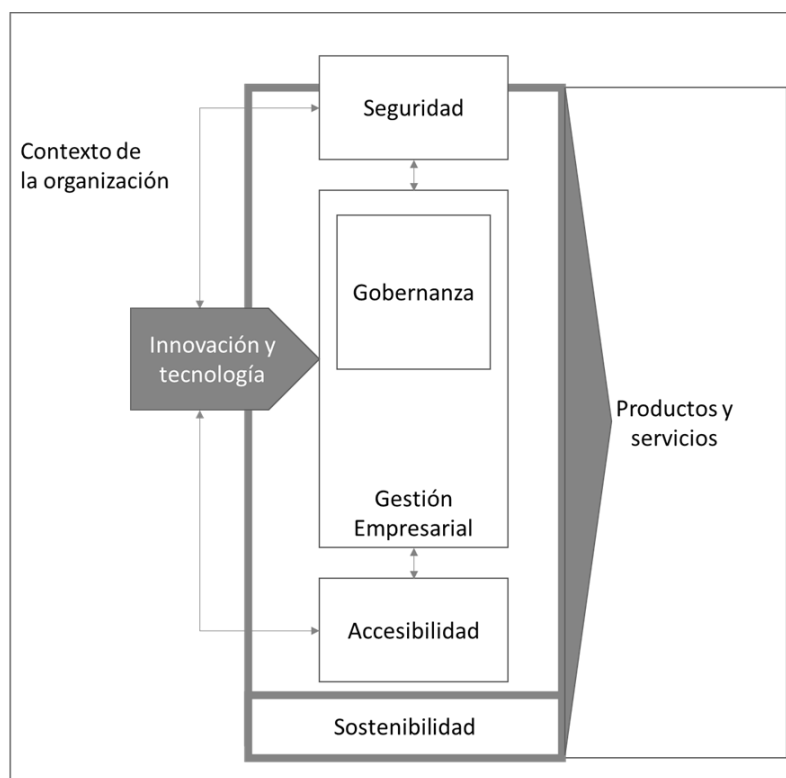


Figura 1. Modelo para la gestión integral inteligente

5. CRITERIOS PARA LA GESTIÓN INTEGRAL INTELIGENTE

5.1 Gobernanza

5.1.1 Alineación con políticas y programas públicos

Para el fortalecimiento de la organización turística y el alcance de sus objetivos esta debe:

- a) Identificar las políticas públicas sobre gobernanza, gestión empresarial, sostenibilidad, inclusión, innovación, tecnología y seguridad aplicables a la organización turística y a las cuales puede adherirse y conforme a ello articularlo con su propia política.
- b) Participar de programas públicos que coadyuven al fortalecimiento de las capacidades de la organización turística.
- c) Participar como organización o a través de la vinculación gremial, en los planes, programas y proyectos que desde las entidades públicas del nivel correspondiente (nacional, departamental o municipal) se generen, para el fomento y el mejoramiento de las capacidades de las empresas del sector.

5.1.2 Toma de conciencia y aplicación de la gestión integral inteligente

La organización turística con respecto a los ejes de acción, sus requisitos y las buenas prácticas para la gestión integral inteligente debe:

- a) tomar conciencia sobre la importancia de aplicar otras prácticas que han sabido ser efectivas en las empresas del sector en Colombia;
- b) establecer un plan de acción para aplicar los requisitos y las buenas prácticas de la gestión integral inteligente contenidas en este documento normativo;
- c) ejecutar y dar seguimiento el plan de acción;
- d) evaluar el grado de cumplimiento del plan de acción y, establecer, implementar y realizar seguimiento a las acciones que le permitan mejorar continuamente, y
- e) contar con información documentada que permita evidenciar el cumplimiento de cada eje y sus requisitos, del mismo modo, se debería contar con información documentada para evidenciar las buenas prácticas.
- f) estar en disposición de brindar y consumir información de otros actores del sector para que la toma de decisiones de cada actor, se realice a partir de la disponibilidad de datos.

5.1.3 Cumplimiento de requisitos legales

La organización turística debe asegurarse del cumplimiento de los requisitos legales que le son aplicables, con el establecimiento de un mecanismo para la identificación, actualización y evaluación periódica de cumplimiento de esos requisitos.

5.1.4 Liderazgo organizacional

La alta dirección debe liderar la gestión integral inteligente de la organización turística. Para ello, la alta dirección debe:

- a) Establecer los principios bajo los cuales desempeñará su liderazgo, considerando los aspectos que desea introducir en la cultura de la organización turística.
 - b) Establecer una política sobre la gestión integral inteligente en la cual manifieste su compromiso con la gobernanza, la gestión empresarial, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad, la seguridad y la inclusión. La política debe:
 - involucrar a las partes interesadas pertinentes en su elaboración, y
 - establecer objetivos y el plan de acción para alcanzarlos.
 - c) Asignar responsabilidades, funciones y tareas específicas en la organización turística, para el cumplimiento de la política de gestión integral inteligente.
 - d) Respecto a las competencias del talento humano:
 - determinar las necesidades de competencia del talento humano que ejecutará las funciones de los cargos críticos en la gestión integral inteligente, basándose en la educación, formación, experiencia o habilidades apropiadas, la organización turística debe considerar las habilidades blandas;
 - cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficiencia de las acciones tomadas;
 - considerar las habilidades blandas del talento humano y desarrollar y mejorar sus competencias.
 - contar con mecanismos, procesos y procedimientos para la gestión operativa del talento humano donde integra, como mínimo, los siguientes procesos: reclutamiento, selección, contratación, retiro, capacitación, inducción y reintroducción del talento humano, y
 - asegurar que la organización turística establezca mecanismos para incentivar al talento humano a aportar a los procesos de innovación de la organización.
- NOTA Los incentivos pueden ser financieros, sociales, laborales, entre otros.
- e) Asegurarse que los colaboradores están comprometidos con el logro de los objetivos y metas establecidos en la estrategia y el plan de la organización turística.
 - f) debe establecer su compromiso, con el fomento de la inclusión de todas las personas tanto en su operación interna como en los servicios que ofrece.

La organización debe asignar la responsabilidad y autoridad necesaria para el cumplimiento de la política. Así mismo, debe asegurarse de que la implementación, el mantenimiento, el seguimiento y el control de las acciones definidas para el cumplimiento de la política, conduzcan a prevenir, atender y sancionar cualquier acción que contravenga el derecho a la inclusión de todas las personas.

5.1.5 Estructura y cultura organizacional

La alta dirección de la organización turística debe:

- a) Establecer una estructura organizacional acorde a su modelo de negocio que permita alcanzar los objetivos trazados por la organización turística.
- b) Diagnosticar, analizar y gestionar su cultura organizacional.
- c) Gestionar el bienestar, desarrollo y permanencia del talento humano en la organización turística.

5.1.6 Ética organizacional

La alta dirección debe establecer un código de ética o adherirse a uno existente que fomente el comportamiento responsable de la organización turística de cara a las distintas partes interesadas.

5.1.7 Comunicación estratégica

5.1.7.1 La organización turística debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes para la gestión integral inteligente, que incluya:

- a) qué comunicar; analizar los contenidos a comunicar
- b) cuándo comunicar; establecer la oportunidad de la comunicación
- c) a quién comunicar; definir la audiencia
- d) cómo comunicar, y definir los canales y los medios
- e) quién comunica, definir los voceros

La organización turística debe tener en cuenta los intereses de las diferentes partes interesadas y debe determinar con ellas los medios de comunicación más eficaces.

La organización debe asegurar que la información brindada al público sea veraz, amigable, accesible y útil.

5.1.7.2 Las comunicaciones deben incluir, cuando sea aplicable, lo siguiente:

- a) principios, políticas y objetivos;
- b) las mejores prácticas para alcanzar los objetivos;
- c) relevancia para las partes interesadas;
- d) desempeño de la organización turística;
- e) retroalimentación de partes interesadas; y/o
- f) los roles y responsabilidades para el desarrollo de la gestión integral inteligente.

La información proporcionada a los clientes o usuarios debe estar disponible, ser accesible e incluir detalles fiables de los servicios ofrecidos.

5.1.8 Cooperación

- a) La organización turística, en el marco de la definición de su plataforma estratégica y planeación, debería considerar y ejecutar acciones encaminadas a la participación, contribución y encadenamiento productivo de sus actores, a la cadena de valor del sector turístico en el ámbito local, regional o nacional que propendan por el fortalecimiento sectorial.
- b) Según sea pertinente, la organización turística debería liderar, apoyar o pertenecer a esquemas de cooperación, asociación o gremios que redunden en el fortalecimiento de la cadena de valor del sector turístico.
- c) En esta dinámica de gobernanza, la organización turística debería fortalecer esquemas de alianzas público privadas con las administraciones del orden nacional, departamental y/o municipal, para el desarrollo de planes, programas o proyectos que beneficien a los actores del sector en cada territorio.

5.2 Gestión empresarial

5.2.1 Planeación estratégica de la organización turística

5.2.1.1 La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y que afectan su capacidad para lograr los resultados previstos de su gestión integral inteligente. De acuerdo con esta información, la organización debe establecer un plan y una plataforma estratégica.

La definición del plan y la plataforma estratégica debe considerar:

- a) La identificación del contexto interno y externo que considere lo relacionado con la gobernanza, gestión empresarial, la sostenibilidad, la inclusión, la innovación, la tecnología y la seguridad;
- b) El análisis de entorno, las oportunidades de alianzas con actores públicos y privados para el cumplimiento de los objetivos empresariales
- c) el propósito de la organización turística;
- d) los principios y valores de acuerdo con el código de ética establecido por la organización o al que se haya adherido;
- e) la visión; o la posición a mediano y largo plazo a la cual se quiere llegar como unidad productiva
- f) los objetivos, metas y resultados que desee obtener la organización;
- g) las perspectivas: financiera, del cliente, de procesos, de crecimiento, de posicionamiento y de aprendizaje;

- h) los flujos de información que se requiera compartir y consumir con otros actores o partes interesadas, para que la toma de decisiones esté basada en hechos y datos
- i) el plan financiero y sus mecanismos de financiación.

5.2.2 Gestión de las partes interesadas

La organización turística debe determinar:

- a) las partes interesadas que son pertinentes a la gestión integral inteligente, y
- b) los requisitos pertinentes de esas partes interesadas (es decir, sus necesidades y expectativas, ya sean declaradas, implícitas u obligatorias).
- c) las alianzas y posibles encadenamientos productivos, que mejoren el rendimiento de la gestión y que reduzca los costos de operación a partir de la suma de esfuerzos.

5.2.2.1.2 La organización debe determinar las acciones con enfoque diferencial de acuerdo con las particularidades de las partes interesadas.

5.2.3 Enfoque a procesos

La organización turística debe determinar los procesos necesarios para su gestión integral inteligente y su aplicación, para lo cual debe:

- a) Determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos.
- b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos.
- c) Determinar y aplicar los criterios y los métodos (que incluya el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse que la operación es eficaz y el control de estos.
- d) Determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad.
- e) Asignar las responsabilidades y autoridades para estos procesos.
- f) Abordar los riesgos y oportunidades.
- g) Evaluar estos procesos e implementar cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos.
- h) Mejorar estos procesos.
- i) Cuantificar los costos de las salidas no conformes de los procesos.
- j) Identificar los flujos de información que se generan o se requieren en la ejecución de los procesos.
- k) Cuantificar e identificar los resultados de la ejecución del proceso y generar indicadores de gestión que determinen los niveles de rendimiento de este.

5.2.4 Diseño del servicio

La organización turística debe diseñar sus servicios de acuerdo con las necesidades y expectativas de los clientes considerando los aspectos relacionados con la gobernanza, la gestión empresarial, la sostenibilidad, la inclusión, la innovación, la tecnología y la seguridad.

5.2.4.1 Para establecer el diseño del servicio la organización debe:

- a) conocer su público objetivo;
- b) conocer su entorno;
- c) conocer su competencia;
- d) definir las bases del servicio;
- e) definir el estándar del servicio;
- f) definir las acciones claves del servicio;
- g) establecer los lugares claves, así como los elementos necesarios para la prestación del servicio;
- h) definir los roles de quienes intervienen en la prestación del servicio;
- i) definir el contenido del servicio;
- j) validar el servicio y realizar los ajustes que haya lugar, y
- k) establecer e implementar un plan de promoción del servicio.

5.2.4.2 La organización turística debe mantener una descripción documentada de sus servicios, que incluya:

- a) La pertinencia de la sostenibilidad, la inclusión, la innovación, la tecnología y la seguridad en los servicios que ofrece.
- b) La experiencia que quiere ofrecer a sus clientes o usuarios.

5.2.5 Mercadeo y ventas

- a) La organización turística debería considerar un plan de mercadeo estratégico que contemple acciones en comunicación, ventas, fidelización del cliente, marketing digital (véase el numeral 5.6.2), principales aliados.
- b) La organización turística debería tener los procesos documentados con respecto a la identificación de los clientes para cada servicio y el modelo que utiliza para segmentarlos.
- c) La organización debería contar con información documentada sobre las técnicas y tácticas de venta que emplea para el cierre de ventas.

- d) La organización debería contar con un procedimiento que permita identificar el segmento de mercado teniendo en cuenta las tendencias, situación actual, oferta de servicios y propuesta de valor.

5.2.6 Satisfacción del cliente

Para la gestión de la satisfacción del cliente la organización turística debe:

5.2.6.1 Planificar y ejecutar acciones que conlleven a la mejora de la satisfacción del cliente de acuerdo con las necesidades y expectativas identificadas en el numeral 5.2.2 Gestión de las partes interesadas.

5.2.6.2 Evaluar que las acciones para mejorar la satisfacción del cliente logren el resultado previsto, para lo cual debe considerar, como mínimo, lo siguiente:

- a) Evaluar que se esté cumpliendo lo ofrecido al cliente y la percepción de este sobre el servicio.
- b) Establecer una metodología para controlar el servicio y dar tratamiento a los sucesos negativos que afecten la percepción del cliente sobre éste.
- c) Establecer un mecanismo de atención y solución de peticiones, quejas, reclamaciones y sugerencias.
- d) Desarrollar acciones para la fidelización del cliente.
- e) Informar cualquier novedad al cliente frente al servicio ofrecido.
- f) Identificar las expectativas futuras (próximos viajes) del cliente para encadenar con los catálogos y listados de oferta de servicios complementarios, ofrecidos por otros actores y destinos asociados a la oferta local o nacional.

5.2.6.3 De acuerdo con los resultados de la evaluación, la organización turística debe determinar acciones para mejorar la satisfacción del cliente.

Adicionalmente, la organización turística debe:

- a) establecer y mantener un procedimiento para medir la satisfacción de los clientes o usuarios, que sea accesible a todos, incluidas las personas con discapacidad, adulto mayor o niños. El procedimiento debe incluir el tratamiento de peticiones, quejas, reclamaciones y sugerencias, así como la recopilación de información de los clientes, usuarios, agencias y operadores turísticos;
- b) Emplear el uso de tecnologías de la información y la comunicación, (TIC) para mantener el contacto y evidenciar los ajustes realizados a los procesos o procedimientos como consecuencia de una petición, queja o sugerencia del cliente.
- c) responder oportunamente a las peticiones, quejas, reclamaciones y sugerencias, y
- d) conservar registros de análisis de la satisfacción de los clientes o usuarios, quejas y sugerencias, y acciones correctivas establecidas y comunicadas.

NOTA Se recomienda adoptar una metodología para el seguimiento y medición de la satisfacción del cliente, de acuerdo con lo indicado en la guía GTC-ISO 10004.

5.2.7 Evaluación del desempeño de la organización turística

La organización debe realizar monitoreo y seguimiento de manera periódica a los planes, objetivos, metas y procedimientos que ha establecido en el marco de la gestión integral inteligente, así como a los requisitos legales y reglamentarios, los que ha establecido como propios y las exigencias del mercado y los ejes de la gestión integral inteligente (véase numeral 4). Si bien, las actividades de monitoreo y seguimiento deben realizarse de manera transversal a todo el modelo de gestión integral inteligente, estas deben enfocarse en:

- a) el cumplimiento de requisitos legales;
- b) las cuestiones internas y externas;
- c) las necesidades y expectativas de las partes interesadas;
- d) propósito, visión y valores;
- e) los planes, objetivos y metas;
- f) la ética de la organización;
- g) la comunicación;
- h) los procesos;
- i) los riesgos y oportunidades;
- j) el diseño del servicio;
- k) la satisfacción del cliente;
- l) los impactos sobre las dimensiones de la sostenibilidad;
- m) el desempeño de la organización;
- n) Los flujos de información y la gestión del conocimiento
- ñ) la inclusión y
- o) la oportunidad y uso de encadenamiento o alianzas

5.2.8 Mejora continua de la organización turística

De acuerdo con los resultados del monitoreo y seguimiento, cuando se produzca incumplimiento, la organización debe:

- a) determinar cuál fue el incumplimiento;

- b) reaccionar ante el incumplimiento y, según sea aplicable:
 - tomar acciones para controlarlo y corregirlo;
 - hacer frente a las consecuencias.
- c) evaluar la necesidad de acciones para eliminar la causa o causas del incumplimiento, a fin de que éste no vuelva a producirse o se produzca en otro lugar, mediante:
 - revisar y analizar el incumplimiento;
 - determinar las causas del incumplimiento;
 - determinar si existen incumplimientos similares, o que pudieran ocurrir potencialmente.
- d) implementar cualquier acción necesaria, y
- e) revisar la eficacia de toda acción correctiva tomada.

La organización turística debe conservar registro de los incumplimientos, las acciones tomadas y los resultados de estas.

La organización debe mejorar continuamente la idoneidad, la adecuación y la eficacia de su gestión integral inteligente.

5.3 Sostenibilidad

5.3.1 Las prácticas de la organización turística deben ser sostenibles, a fin de demostrar que minimiza los impactos negativos ambientales, sociales y económicos, y maximiza los positivos. Para ello la organización debe establecer, implementar y mantener un procedimiento para la sostenibilidad en el cual determina sus acciones de desarrollo sostenible y debe evaluar sus resultados en relación con las actividades, productos y servicios.

NOTA El procedimiento debería incorporar los temas que se abordan en los componentes ambiental, sociocultural y el económico establecidos en las normas NTC 6487, NTC 6502, NTC 6503, NTC 6504, NTC 650 y NTC 6496 de turismo sostenible.

5.3.2 La organización en el marco del procedimiento para la sostenibilidad debe:

- a) conservar la biodiversidad, así como fomentar su cuidado entre sus partes interesadas;
- b) medir y reducir el consumo de agua y energía;
- c) ; Identificar los diferentes tipos de residuos generados y cuantificar la cantidad. Aprovechar los residuos siempre que sea posible y prevenir o minimizar su generación.
- d) hacer uso de productos de limpieza ecológicos;
- e) prescindir y reemplazar los plásticos de un solo uso
- f) asegurar el bienestar de los animales.
- g) desarrollar acciones para la reducción de las emisiones de carbono

5.3.3 Así mismo, la organización debería:

- a) establecer estrategias para la reutilización de ropa blanca cuando aplique
- b) ofrecer opciones vegetarianas, veganas u otras que aseguren la satisfacción de los requerimientos alimenticios de los consumidores y clientes.
- c) establecer estrategias para disminuir los residuos de alimentos de su operación.
- d) asegurar la disposición ambientalmente adecuada de los residuos, con gestores autorizados, de acuerdo al tipo de material dispuesto.

5.4 Inclusión

5.4.1 Una organización que es incluyente, de manera general en su gestión, operación y políticas debe asegurar que todas las personas tengan las mismas oportunidades, y la posibilidad real y efectiva de acceder, participar, relacionarse y disfrutar un servicio turístico, junto con los demás ciudadanos, de manera segura, sin ninguna limitación o restricción por motivo de etnia, color, orientación sexual, identidad de género, origen nacional, familiar o social, lengua, religión, discapacidad, aspecto físico o cualquier otra condición o situación social, mediante acciones concretas que ayuden a mejorar de manera integral las condiciones de vida de las personas.

En este sentido la organización, además debe:

- a) Asegurar que los derechos de todas las personas sean respetados y cumplidos por parte de la organización y sus miembros. Para ello, debe:
 - Identificar riesgos de vulneración de derechos y tomar medidas para prevenir su materialización.
 - Determinar criterios para la selección de personal y de proveedores, con enfoque de equidad e igualdad de oportunidades para todas las personas.
 - Identificar, evaluar y seleccionar proveedores que empleen acciones para asegurar la garantía de derechos y la inclusión de todas las personas en la medida que lo permita el mercado.
- b) Prevenir cualquier forma de discriminación.
- c) Establecer mecanismos y espacios de participación para todas las personas considerando criterios de accesibilidad.
- d) Procurar; en la medida de lo posible, los mecanismos electrónicos y de TIC que sustituyan o complementen la experiencia de forma parcial o total, para aquellas personas que por su condición no puedan acceder de forma directa al disfrute del servicio turístico.
- e) desarrollar estrategias de capacitación y sensibilización sobre la inclusión de todas las personas en los procesos internos y externos. Además, la organización debe evaluar la efectividad de las acciones tomadas.

- f) Integrar el enfoque de diseño universal, al diseño, desarrollo y la entrega de servicios turísticos con el fin de eliminar barreras físicas, en la información y la comunicación y en los aspectos sociales.
- g) Establecer y dar a conocer los mecanismos de PQRS, denuncia y rutas de atención dispuestos al público cuando se vulneren los derechos de las personas. Además, la organización debe atender proactivamente estos mecanismos brindando soluciones efectivas de acuerdo con sus capacidades. Cuando se trate, de denuncias que se salgan de las competencias de la organización esta debe redirigirlas a la entidad competente.
- h) Ajustar las políticas, reglamentos, procesos, manuales y cualquier otro documento necesario para asegurar el cumplimiento de las estrategias y acciones sobre la inclusión de todas las personas.

5.4.2 Entornos inclusivos

Las organizaciones que deseen profundizar en la inclusión deben generar entornos inclusivos, evitando la discriminación contra cualquier persona, fortalecer las capacidades de las personas y propiciar condiciones de igualdad. Además, la organización debe:

- a) Brindar flexibilidad de horarios, considerado las particularidades de las personas que hacen parte da organización turística.
- b) Establecer espacios laborales seguros previniendo casos de acoso sexual, laboral o de cualquiera otra índole.
- c) Considerar en la ruta de atención la priorización de casos de acoso sexual, laboral o de cualquiera otra índole.
- d) Generar espacios de liderazgo donde participen todas las personas.
- e) Establecer estrategias de comunicación que incluyan el enfoque de género
- f) Eliminar brechas salariales entre hombres y mujeres.
- g) Establecer criterios que conlleven a una comunicación respetuosa y digna hacia todas las personas.
- h) Establecer cargas laborales equilibradas, considerando el volumen de las tareas y su relación con el tiempo de trabajo y las competencias de las personas.
- i) Establecer canales de información donde se dé a conocer el compromiso con respecto al enfoque de género.
- j) Liderar o vincularse a programas de capacitación de acuerdo con las necesidades identificadas por los colaboradores que componen la organización
- k) Crear y promover nuevos servicios turísticos que involucren las necesidades particulares de los diferentes tipos de personas.
- l) Participar en eventos y grupos del sector social LGTBIQ+ u otro tipo de comunidades.

- m) Establecer y seguir protocolos y pautas para la prestación del servicio a los distintos tipos de personas considerando lo establecido en los criterios anteriores.

5.4.3 Criterios para la accesibilidad de todas las personas

Las organizaciones inclusivas deben asegurar que en la prestación de servicios turísticos se eliminen barreras en lo físico, en la información y la comunicación y en los aspectos sociales y económicos. Por lo tanto, la organización debe:

- a) Identificar las barreras existentes de la organización y sus servicios
- b) Determinar un plan de intervención para que la organización y sus servicios sean accesibles para todas las personas
- c) Establecer mecanismos para una comunicación accesible con todas las personas, considerando la comunicación escrita, cara a cara, telefónica, por video y Web y el uso de TIC que aseguren el acceso de todas las personas.
- d) Establecer y seguir protocolos y pautas para la prestación del servicio turístico accesible.
- e) Establecer tarifas preferenciales para población vulnerable (niños, jóvenes, personas mayores, personas con discapacidad, personas con recursos limitados y cuidadores).
- f) Establecer tarifas preferenciales para la población local cuando se trate de territorios con población inferior a 50.000 habitantes

NOTA Para ampliar la información sobre orientaciones sobre turismo accesible y la eliminación de barreras consulte la NTC 6654.

5.5 Innovación

La organización turística de acuerdo con las cuestiones identificadas en la planeación estratégica (véase el numeral 5.2.1) y la gestión de partes interesadas (véase el numeral 5.2.2) debe establecer acciones necesarias para realizar procesos de innovación pertinentes que le permitan generar valor en procesos, productos y servicios. Por lo tanto, la organización debe:

5.5.1 Establecer un proceso para la identificación y definición de nuevas ideas y oportunidades que incluya:

- a) Métodos y criterios para evaluar y seleccionar las nuevas ideas y oportunidades
- b) El alcance de la generación de ideas e identificación de oportunidades
- c) Frecuencia de la recopilación, evaluación y selección de nuevas ideas y oportunidades
- d) Fuentes de preferencia TIC por medio de las cuales se recopilan las nuevas ideas y oportunidades
- e) Incorporar procesos de innovación abierta, compra innovadora y desarrollo de red de proveedores para fomentar la innovación en la empresa.

5.5.2 Una vez identificada y definida la idea u oportunidad a desarrollar, la organización turística debe establecer un enfoque para la gestión de la colaboración interna y externa necesaria, para el desarrollo del proceso de innovación. Para la gestión de la idea u oportunidad a desarrollar, se recomienda desarrollarla a través de la metodología de proyectos de innovación.

5.5.3 Con la información generada durante la fase anterior, se debe detallar y documentar los diseños antes de pasar a las pruebas, es decir, crear un producto mínimo viable. El diseño detallado debe contemplar:

- a) descripción del diseño o modelo de negocio;
- b) definición de elementos de apoyo o infraestructura;
- c) conformación o designación del equipo de diseño;
- d) establecimiento de la estructura de las comunicaciones;
- e) definición de la implementación del proceso de diseño.

5.5.4 Del diseño detallado surgen modelos que deben ser puestos a pruebas piloto. Durante esta etapa se resuelven problemas que puedan aparecer y la información que se genere se devuelve a la fase de diseño para mejorar el modelo. Las pruebas piloto deberían contemplar:

- a) Descripción de las condiciones reales de uso del producto o servicio y de las condiciones reales de la prueba piloto;
- b) Procedimientos para adaptar y actualizar cambios;
- c) Definición de los procedimientos para validar el modelo, y
- d) Desarrollo de prototipos robustos y livianos, espacios de experimentación, y comunidades de conocimiento y posibles fuentes de financiación para estos.

5.5.5 El modelo que pase la prueba piloto, debe someterse a validación, es decir a pruebas reales. La información que se genere debe realimentar las etapas anteriores para generar el modelo definitivo, el cual será llevado a la etapa de comercialización o de introducción al mercado.

5.5.6 La etapa de comercialización o de introducción al mercado puede incluir:

- a) Identificar el entorno de propiedad intelectual en el mercado objetivo;
- b) Desarrollar un plan de mercadeo y de ventas para aquellas propuestas de producto o de servicio o un plan de implementación dentro de la organización cuando sea un proceso o procedimiento;
- c) Asegurar que dispone de los recursos para su introducción;
- d) Establecer la producción, cadena de suministro o entradas al proceso, la atención del cliente interno o externo o ambos;
- e) Considerar que la instrucción de la innovación incluye la supervisión del impacto del negocio, del ciclo de vida de la innovación y los cambios del entorno.

5.5.7 Todos resultados generados deben ser documentados, transferidos a los usuarios correspondientes y protegidos convenientemente. Las acciones estratégicas para proteger los resultados deben ser planteadas desde el inicio de proceso de innovación.

5.5.8 La organización turística debe fortalecer una cultura de innovación dentro de la organización. Para esto debe:

- a) identificar y documentar actores pertenecientes al ecosistema de innovación local para el desarrollo de nuevos proyectos de innovación;
- b) identificar el responsable de la estrategia de innovación que fomente la generación de nuevas iniciativas y proyectos alineadas a la estrategia organizacional;
- c) identificar el responsable de la ejecución de innovación que desarrolle nuevas iniciativas y proyectos;
- d) Tener una estrategia y un modelo de gobernanza definido y alineado en la organización;
- e) Contar con una estrategia de innovación, un equipo y criterios claros para su ejecución;
- f) Medir los resultados e impactos de la innovación en la organización (indicadores financieros, de resultado y proceso)

NOTA Para ampliar la información sobre como establecer un sistema de gestión de la innovación consulte la NTC 5801. Sistema de gestión de la innovación. Requisitos.

5.6 Tecnología

5.6.1 Información

5.6.1.1 La organización turística debe definir el modelo de arquitectura empresarial de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para lograr la transformación digital en la organización, que incluya:

- a) la definición de los mecanismos, técnicas, procesos, métodos o tecnologías que le servirán para la toma de datos de los clientes.
- b) establecer el valor de los datos;
- c) determinar la responsabilidad y compromiso sobre los datos y la información que recoge de los clientes;
- d) definir la política de protección de datos personales de acuerdo con la normatividad legal vigente
- e) establecer una declaración de uso de la información, y
- f) establecer una estrategia que lleve al cumplimiento de los objetivos de la organización turística.

NOTA Arquitectura Empresarial: es una práctica estratégica, que permite identificar oportunidades de mejora, abordar y solucionar problemas complejos de las organizaciones. Dicha práctica consiste en analizar integralmente las entidades

desde diferentes perspectivas o dimensiones, con el propósito de obtener, evaluar y diagnosticar su estado actual, establecer el estado deseado y plantear un mapa de ruta de transformación digital.

Fuente: Ministerio de las TIC. Marco de Arquitectura Empresarial.

<https://gobiernodigital.mintic.gov.co/portal/Iniciativas/Marco-de-Arquitectura-Empresarial/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%3F,problemas%20complejos%20de%20las%20organizaciones.>

0organizaciones.

5.6.1.2 Para la gestión de la información la organización turística debe aplicar los siguientes principios:

- a) Disponibilidad de la información: Asegurar que la información sea accesible y usada por los usuarios autorizados.
- b) Confidencialidad: Asegurar que la información no esté disponible o se revele a personas no autorizadas.
- c) Integridad: Velar por que la información sea exacta, limpia y completa.
- d) Almacenamiento y trazabilidad de la información.

5.6.1.3 Para los distintos procesos que establezca la organización turística debe:

- a) realizar gestión sobre el análisis de datos y la información;
- b) realizar gestión documental sobre la información pertinente para la organización, y
- c) establecer un sistema de gestión de la información.

NOTA La gestión documental incluye las siguientes actividades:

- a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia);
- b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico);
- c) la revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación
- d) la disponibilidad de los documentos
- e) la protección de los documentos (por ejemplo, contra pérdida de la confidencialidad, uso inadecuado o pérdida de integridad).
- f) la distribución, acceso, recuperación y uso;
- g) almacenamiento y preservación;
- h) control de cambios (por ejemplo, control de versión);
- i) conservación y disposición

5.6.2 Marketing digital

La organización turística debe:

- a) Establecer canales digitales para nuevos modelos de transaccionalidad.

- b) Establecer una estrategia de marketing digital, la cual debe considerar:
- El posicionamiento de los procesadores de búsqueda (SEO por sus siglas en inglés) y mercadotecnia en motores de búsqueda (SEM por sus siglas en inglés).
 - Posicionamiento en redes sociales con marketing de contenidos.
 - Analítica de las acciones implementadas.

NOTA La transaccionalidad digital se refiere a la realización de operaciones o intercambios de datos de manera electrónica, que pueden tener implicaciones económicas. Algunos ejemplos de transacciones electrónicas son: Comprar un producto por internet, Contratar un servicio en línea, Firmar un contrato electrónico, Transferir fondos de una cuenta a otra entre otros.

5.6.3 Transformación digital

La organización turística debe planificar y ejecutar una hoja de ruta para la transformación digital, en la cual debe:

- a) Diagnosticar las necesidades considerando:
- Personas
 - Procesos
 - Tecnología
- b) Establecer las acciones para la alfabetización digital de los colaboradores.
- c) Establecer la transición hacia la automatización y digitalización de los datos los procesos y la gestión de la información.
- d) Determinar cuáles son las soluciones tecnológicas apropiadas para la organización.
- e) Implementar la solución tecnológica más adecuada.
- f) Realizar monitoreo y seguimiento de la implementación tecnológicas.

5.6.4 Infraestructura tecnológica

La organización turística debe establecer los requerimientos de infraestructura tecnológica para la operación de sus procesos.

5.7 Seguridad

5.7.1 La organización turística debe gestionar los riesgos y oportunidades

NOTA La organización puede consultar la NTC-ISO 31000 para gestionar los riesgos.

5.7.1.1 Así mismo, la organización debe considerar las cuestiones identificadas en la planeación estratégica (véase numeral 5.2.1) de la organización y las cuestiones identificadas para la gestión

de partes interesadas sobre las cuales se deben determinar los riesgos y oportunidades que deben abordarse para:

- a) asegurar que se pueda lograr los resultados previstos;
- b) aumentar los efectos deseables;
- c) prevenir o reducir efectos indeseados, y
- d) lograr la mejora continua.

5.7.1.2 La organización debe planificar:

- a) acciones para abordar estos riesgos y oportunidades;
- b) la manera de:
 - i) integrar e implementar las acciones en los procesos,
 - ii) evaluar la eficacia de estas acciones y
 - iii) generar alianzas con otras partes interesadas para generar sinergias en la minimización del riesgo y la planificación de acciones de contención.

5.7.1.3 Las acciones tomadas para abordar los riesgos y oportunidades deben ser proporcionales al impacto potencial en la conformidad de los servicios de la organización turística y en la gestión integral inteligente.

5.7.1.4 Para identificar, evaluar y determinar las acciones para abordar los riesgos y las oportunidades, cuando sea aplicable, la organización turística debe considerar como mínimo los siguientes contextos de riesgo:

- 1) **Ambiental:** considera potenciales afectaciones que puedan generarse producto de factores de orden ambiental y/o antrópico.

NOTA Los factores de orden ambiental incluyen, pero no se limitan a: actividad volcánica, ciclón tropical, erosión costera, granizada, helada, plagas, sismo, temporales, tsunami, vendaval, avenida torrencial, inundación, movimientos en masa, sequías.

Los factores antrópicos están asociados a peligros generados por la actividad humana en la producción, distribución, transporte y consumo de bienes y servicios y en la construcción y uso de infraestructura y edificios. Comprenden una gama amplia de peligros como lo son las distintas formas de contaminación de aguas, aire y suelos, los incendios, las explosiones, los derrames de sustancias tóxicas, los accidentes en los sistemas de transporte, la ruptura de presas de retención de agua, entre otros.

- 2) **Biológico:** considera factores relacionados con riesgos de origen orgánico o transportados por vectores biológicos, incluyendo microorganismos patógenos, toxinas y sustancias bioactivas. Ejemplos son bacterias, virus o parásitos, así como animales e insectos venenosos, plantas venenosas y mosquitos portadores de agentes causantes de enfermedades.

- 3) **Público:** contempla aspectos asociados a eventos que atenten contra el bienestar y seguridad de las partes interesadas.

NOTA Entre los aspectos públicos se encuentran robos, hurtos, movilizaciones, manifestaciones, entre otros.

En los eventos que aglomeren personas se debe tener en cuenta las condiciones de los elementos presentes en el evento que genera la aglomeración, tales como escenarios, espacios, ambientes y entornos.

La NTC 6253 establece los requisitos mínimos para que los prestadores de servicios logísticos ejecuten actividades de control y manejo de aglomeraciones de público de todo tipo. Proporciona requisitos de logística para mantener orden en el área de influencia de las actividades de aglomeración, y presenta las funciones de manejo integral de público, evacuación, control vehicular y contra incendio, para asegurar condiciones de orden, movilidad y comodidad requeridas por el cliente.

- 4) **Médico:** considera aspectos asociados con emergencias médicas durante cualquiera de las etapas de prestación del servicio y que puedan afectar a cualquiera de las partes interesadas pertinentes, contemplando la capacidad de la organización turística para atender emergencias médicas, de acuerdo con su contexto.

- 5) **Social:** considera la posibilidad de que una persona u organización sufra daño por las condiciones del entorno que la rodea.

NOTA Entre los riesgos sociales pueden estar asociados a prácticas como: explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el contexto de viajes y turismo (ESCNNA), trata de personas, explotación laboral infantil, mendicidad, entre otros.

- 6) **Información:** considera las posibles situaciones que puedan poner en peligro la protección de la información de la organización turística en términos de divulgación, transferencia, modificación o destrucción no autorizadas, sea de forma voluntaria o accidental. Contempla aspectos como la optimización, custodia, protección y privacidad de la información.

NOTA El contexto de seguridad de la información incluye la ciberseguridad.

- 7) **Económico y financiero:** considera eventos potenciales que puedan afectar la capacidad de sostener el negocio. Los riesgos financieros se relacionan con el manejo de los recursos de la organización. Los riesgos económicos están asociados a las variaciones que se pueden producir en el mercado, es decir, la incertidumbre generada por los distintos sucesos que pueden darse a lo largo del tiempo, los cuales pueden tener un impacto directo en el logro de los objetivos de la organización.

NOTA Los riesgos financieros pueden estar asociados a la ejecución presupuestal, la elaboración de los estados financieros, los pagos, el manejo sobre los bienes, entre otros

Los riesgos económicos pueden estar asociados con la variación del dólar, el incremento del salario mínimo, el índice de precios al consumidor, precios de arriendos, estabilidad monetaria entre otros

- 8) **Operativos:** Considera los riesgos que se originan en cualquiera de los procesos de la organización. Su principal característica es que pueden producir pérdidas por fallos o deficiencias operativas. Comprenden riesgos provenientes de la operación de los servicios

turísticos, de la estructura de la organización, de la articulación entre dependencias o del control operacional.

- 9) **Salud y bienestar de los trabajadores:** considera el acondicionamiento de escenarios y elementos que propenda por prevenir lesiones y enfermedades causadas por las condiciones de trabajo.
- 10) **Estratégicos:** están relacionados con los riesgos que puedan afectar la capacidad de la organización turística para alcanzar sus objetivos y metas estratégicas. Se enfoca en asuntos globales relacionados con la misión, la visión, la clara definición de políticas por parte de la alta dirección.
- 11) **Gastronómicos o de seguridad alimentaria:** considera que la manipulación y provisión de alimentos se den en condiciones de inocuidad.

 NOTA La guía GTC-ISO 22004 proporciona orientación para el establecimiento de un sistema de gestión de inocuidad alimentaria basado en la NTC-ISO 22000.
- 12) **vial y de transporte:** está dirigida a mitigar la potencial ocurrencia de accidentes de tránsito, a través de mecanismos que garanticen el correcto funcionamiento de la circulación vial, así como la utilización de conocimientos y normas de conducta dirigidas a partes interesadas.
- 13) **Instalaciones y equipos:** considerar aspectos asociados a la infraestructura física y los diferentes equipos utilizados en la prestación de un servicio, y puedan afectar el correcto funcionamiento de los mismos y generar peligros para las diferentes partes interesadas pertinentes.
- 14) **Accesibilidad:** tiene como propósito identificar posibles eventos de riesgo que incluyan presencia de personas con discapacidad y otras personas con requisitos específicos de accesibilidad, con el fin de que se puedan prevenirlos y/o prepararse para enfrentar dichos eventos si llegaran a materializarse, considerando aspectos como los procesos, protocolos y simulacros de evacuación de emergencia.

Considerando los anteriores contextos de riesgo, la organización turística debe establecer y mantener relaciones con las autoridades competentes para cada tema, en donde los planes, programas y proyectos para la mitigación se hagan de manera conjunta entre la organización y la autoridad competente.

5.7.1.5 Las acciones resultantes para abordar riesgos y oportunidades deben:

- a) Establecerse de manera preventiva.
- b) Estar orientadas a que incidan en la percepción de seguridad de las partes interesadas.
- c) Establecer acciones que respondan de manera objetiva a los riesgos y oportunidades identificados
- d) Establecer acciones de monitoreo y seguimiento.

5.7.1.6 La organización turística debe comunicar a las partes interesadas los riesgos identificados y las acciones para tratarlos.

5.7.2 Preparación y respuesta ante emergencias

La organización turística debe contar con un protocolo de emergencia que considere:

- a) Los procesos y simulacros de emergencia;
- b) La participación del talento humano en la ejecución de los simulacros de emergencia, los cuales deben considerar situaciones tales como ayudar a una persona, usar dispositivos de evacuación, entre otros;
- c) Verificar la disponibilidad de proveedores de servicios de emergencia locales e incluirlos en sus planes de emergencia;
- d) La periodicidad del seguimiento de los procedimientos y simulacros de emergencia para asegurar que el talento humano recuerde los procedimientos.

ANEXO A
(Informativo/Normativo)

NIVELES DE CALIDAD PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Este anexo presenta los niveles de calidad para la Gestión integral inteligente en turismo, de acuerdo con el Artículo 4 de la Resolución 0612 del 16 de mayo del 2024 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.:

A.1 Niveles de Calidad para la prestación de servicios turísticos

Consta de tres niveles de cumplimiento: Esencial, Avanzado Sobresaliente, así:

A.1.1 Nivel de Cumplimiento Esencial

Este nivel incluye el cumplimiento de los requisitos legales más los que sean establecidos como requisitos de nivel esencial en las Normas Técnicas de turismo.

A.1.2 Nivel de Cumplimiento Avanzado

Este nivel incluye el cumplimiento de los requisitos de nivel esencial, más los que sean establecidos como requisitos Avanzado.

A.1.3 Nivel de Cumplimiento Sobresaliente

Este nivel incluye el cumplimiento de todos los niveles anteriores, más los requisitos propios del nivel sobresaliente.

En la siguiente tabla, se establecen los niveles a los que corresponde cada uno de los requisitos de la presente norma:

Numeral / disposición	Nivel		
	Esencial	Avanzado	Sobresaliente
5.1.1		X	X
5.1.2	X	X	X
5.1.3	X	X	X
5.1.4 A		X	X
5.1.4 B	X	X	X
5.1.4 C	X	X	X
5.1.4 D			X
5.1.4 E	X	X	X
5.1.4 F	X	X	X
5.1.5		X	X
5.1.6	X	X	X

Numeral / disposición	Nivel		
	Esencial	Avanzado	Sobresaliente
5.1.7			X
5.1.8 A		X	X
5.1.8 B			X
5.1.8 C			X
5.2.1.1 A	X	X	X
5.2.1.1 B		X	X
5.2.1.1 C	X	X	X
5.2.1.1 D	X	X	X
5.2.1.1 E	X	X	X
5.2.1.1 F	X	X	X
5.2.1.1 G		X	X
5.2.1.1 H		X	X
5.2.1.1 I	X	X	X
5.2.2 A	X	X	X
5.2.2 B	X	X	X
5.2.2 C		X	X
5.2.2.1.2			X
5.2.3 A, B, C, D, E	X	X	X
5.2.3 F		X	X
5.2.3 G, H	X	X	X
5.2.3 I		X	X
5.2.3 J			X
5.2.3 K			X
4.2.3	X	X	X
5.2.4.1		X	X
5.2.4.2			X
5.2.5 A	X	X	X
5.2.5 B		X	X
5.2.5 C			X
5.2.5 D		X	X
5.2.6.1	X	X	X
5.2.6.2	X	X	X
5.2.6.3		X	X
5.2.6.3 A	X	X	X
5.2.6.3 B			X
5.2.6.3 C	X	X	X
5.2.6.3 D		X	X
5.2.7		X	X
5.2.8		X	X
5.3.1	X	X	X

Numeral / disposición	Nivel		
	Esencial	Avanzado	Sobresaliente
5.3.1 NOTA			X
5.3.2 A, B, C	X	X	X
5.3.2 D		X	X
5.3.2 E, F	X	X	X
5.3.2 G		X	X
5.3.3			X
5.4.1	X	X	X
5.4.1 A, B	X	X	X
5.4.1 C		X	X
5.4.1 D			X
5.4.1 E	X	X	X
5.4.1 F		X	X
5.4.1 G	X	X	X
5.4.1 H	X	X	X
5.4.2		X	X
5.4.2 A		X	X
5.4.2 B	X	X	X
5.4.2 C	X	X	X
5.4.2 D		X	X
5.4.2 E		X	X
5.4.2 F	X	X	X
5.4.2 G	X	X	X
5.4.2 H	X	X	X
5.4.2 I		X	X
5.4.2 J	X	X	X
5.4.2 K	X	X	X
5.4.2 L			X
5.4.2 M	X	X	X
5.4.3		X	X
5.4.3 A		X	X
5.4.3 B	X	X	X
5.4.3 C	X	X	X
5.4.3 D			X
5.4.3 E	X	X	X
5.4.3 F			X
5.5	X	X	X
5.5.1 A	X	X	X
5.5.1 B	X	X	X
5.5.1 C		X	X
5.5.1 D		X	X

Numeral / disposición	Nivel		
	Esencial	Avanzado	Sobresaliente
5.5.1 E			X
5.5.2	X	X	X
5.5.3		X	X
5.5.4		X	X
5.5.4 A		X	X
5.5.4 B		X	X
5.5.4 C		X	X
5.5.4 D			X
5.5.5			X
5.5.6			X
5.5.7		X	X
5.5.8 A	X	X	X
5.5.8 B		X	X
5.5.8 C			X
5.5.8 D		X	X
5.5.8 E		X	X
5.5.8 F			X
5.6			X
5.6.1.1			X
5.6.1.1 A			X
5.6.1.1 B			X
5.6.1.1 C			X
5.6.1.1 D			X
5.6.1.1 E			X
5.6.1.1 F			X
5.6.1.2 A			X
5.6.1.2 B			X
5.6.1.2 C			X
5.6.1.2 D			X
5.6.1.3 A			X
5.6.1.3 B			X
5.6.1.3 C			X
5.6.2 A			X
5.6.2 B			X
5.6.3 A			X
5.6.3 B			X
5.6.3 C			X
5.6.3 D			X
5.6.3 E			X
5.6.3 F			X

Numeral / disposición	Nivel		
	Esencial	Avanzado	Sobresaliente
5.6.4			X
5.7.1	X	X	X
5.7.1 NOTA		X	X
5.7.1.1	X	X	X
5.7.1.2 A	X	X	X
5.7.1.2 B	X	X	X
5.7.1.2 B I.	X	X	X
5.7.1.2 B II.			X
5.7.1.2 B III.			X
5.7.1.3		X	X
5.7.1.4	X	X	X
5.7.1.4 A, B, C, D, E	X	X	X
5.7.1.4 F			X
5.7.1.4 G		X	X
5.7.1.4 H	X	X	X
5.7.1.4 I	X	X	X
5.7.1.4 J	X	X	X
5.7.1.4 K		X	X
5.7.1.4 L, M, N, Ñ	X	X	X
5.7.1.4 O		X	X
5.7.1.5	X	X	X
5.7.1.6	X	X	X
5.7.2	X	X	X

ANEXO B
(Informativo)

BIBLIOGRAFÍA

- [1] CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1098 de 2006, “Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia”. El Congreso: Bogotá, 2006.
- [2] GTC-ISO 10001:2019, Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones.
- [3] GTC-ISO 10004:2019, Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el seguimiento y medición.
- [4] GTC-ISO 37000, Gobernanza de las organizaciones. Directrices.
- [5] ISO 21902, *Tourism and Related Services. Accessible Tourism for All. Requirements and Recommendations.*
- [6] ISO/TS 22332, *Security and Resilience. Business Continuity Management Systems. Guidelines for Developing Business Continuity Plans and Procedures.*
- [7] ISO 23592, *Service Excellence. Principles and Model.*
- [8] ISO 31073, *Risk Management. Vocabulary.*
- [9] ISO 56000, *Innovation Management. Fundamentals and Vocabulary.*
- [10] ISO Guide 82, *Guidelines for Addressing Sustainability in Standards.*
- [11] NTC 5801, Sistema de gestión de la innovación.
- [12] NTC 6001, Sistema de gestión para micro y pequeñas empresas (MYPES).
- [13] NTC 6487, Sistema de gestión de la sostenibilidad para eventos. Requisitos y orientación de uso.
- [14] NTC 6496, Sistema de gestión de la sostenibilidad para los establecimientos gastronómicos, bares y similares. Requisitos.
- [15] NTC 6502, Sistema de gestión de la sostenibilidad para agencias de viajes. Requisitos.
- [16] NTC 6503, Sistema de gestión de la sostenibilidad para establecimientos de alojamiento. Requisitos.
- [17] NTC 6504, Sistema de gestión de la sostenibilidad para empresas comercializadoras de esquemas de tiempo compartido y multipropiedad. Requisitos.
- [18] NTC 6505, Sistema de gestión de la sostenibilidad para organizaciones que prestan el servicio de transporte turístico. Requisitos.
- [19] NTC-ISO 9000, Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.

- [20] NTC-ISO 9001, Sistema de gestión de la calidad. Requisitos.
- [21] NTC-ISO 31000, Gestión del riesgo. Directrices.
- [22] NTC-ISO 37301, Sistema de gestión de Compliance. Requisitos con orientación para su uso.
- [23] Guía de mejores prácticas de Web móvil. Disponible en: <http://www.w3.org/TR/mobile-bp/> (consultado el 15 de febrero de 2022).
- [24] Mejores prácticas de aplicaciones Mobile Web asociadas. Disponible en: <http://www.w3.org/TR/mwabp/> (consultado el 17 de febrero de 2022).
- [25] REFERENCIAL TÉCNICO PARA PREVENIR Y ELIMINAR CUALQUIER TIPO Y FORMA DE DISCRIMINACIÓN

La normalización fomenta la productividad, competitividad y crecimiento sostenible. Tu participación en el proceso de normalización nos permite aportar a la construcción de un mejor país. **Accede a toda la información en los siguientes portales:**



econecta.icontec.org/

La normalización a un clic. Participa en el proceso de Normalización de manera más activa a través de nuestra plataforma e-conecta.



ecollection.icontec.org/

Información que evoluciona, conocimiento que avanza. Conoce nuestro servicio de suscripción al catálogo de normas nacionales e internacionales que tenemos para ti. Más información cdi@icontec.org

Tienda Virtual

www.tienda.icontec.org

Conoce nuestra sala de consulta virtual y las normas técnicas, publicaciones y cursos de tu interés, por medio de la tienda virtual.



www.campus.icontecvirtual.edu.co

Conoce nuestra oferta académica y los recursos educativos gratuitos que ponemos a tu disposición para impulsar tu desarrollo.

Somos expertos en cada sector económico:



Tenemos una amplia presencia en Colombia y Latinoamérica

COLOMBIA
Apartadó
Armenia
Barranquilla
Barrancabermeja
Bogotá
Bucaramanga
Cali
Cartagena

Cúcuta
Manizales
Medellín
Montería
Ibagué
Neiva
Pereira
Pasto
Villavicencio

LATAM
Bolivia
Costa Rica
Chile
Ecuador
El Salvador
Guatemala
Honduras
México

México
Panamá
República Dominicana
Perú

Canales de atención al cliente:

Colombia: #426
Resto del país: 01 8000 94 9000
cliente@icontec.org

Contamos con 60 años de trayectoria