



Optimización de la sistematización de los procesos administrativos y de producción en una agencia mayorista de viajes, mediante el diseño e implementación de flujogramas

en un nuevo motor de búsqueda

Autor

Sophia Raba Chaves

Modalidad de Trabajo de Grado Pasantía Según Acuerdo 098 del 2021 para Optar por el

Título de profesional en turismo

Director

Maritza Real Anzola

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Turismo

Bogotá, D.C.

2025

Tabla de Contenido

Resumen	6
Abstract	6
Introducción	7
1. Planteamiento del problema	7
2. Objetivos	8
2.1. Objetivo general	8
2.2. Objetivos específicos	9
3. Justificación	9
4. Estado del arte	10
5. Referentes conceptuales	12
6. Metodología	14
6.1 Cronograma de Trabajo (Duración total: 22 semanas)	15
7. Limitaciones	16
8. Resultados	17
8.1. Diagnóstico Empresarial – Grupos Travel	17
8.1.1. Estado Actual de la Empresa	17
8.1.2. Problemáticas Identificadas	17
8.1.3. Análisis DOFA – Grupos Travel	18
8.1.4. Análisis del Diagnóstico	19
8.2. Diseño de Flujograma	20
8.3. Recomendaciones	23
9. Conclusiones	24
Referencias Bibliográficas	26
Anexos	28

Tablas

<i>Tabla cronograma de trabajo - Pasantías profesionales.</i>	15
<i>Tabla análisis DOFA-Grupos Travel.</i>	18

Resumen

El presente trabajo tuvo como propósito optimizar la sistematización de los procesos administrativos y de producción en una agencia mayorista de viajes mediante el diseño e implementación de flujogramas en el contexto de un nuevo motor de búsqueda (Bookingmotor). El trabajo se fundamentó en una metodología de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y se apoyó en revisión documental, observación participante y análisis de procesos reales durante las pasantías realizadas en Grupos Travel. Entre los principales resultados se encuentra la elaboración de flujogramas detallados que mejoran la comprensión y ejecución de procedimientos clave, así como la identificación de vacíos de información que dificultaban la eficiencia operativa. Este estudio contribuye al fortalecimiento organizacional y ofrece una guía práctica para otras empresas del sector turístico que atraviesen procesos similares de transformación digital.

Palabras clave: sistematización de procesos, flujogramas, agencias de viajes, motor de búsqueda, turismo digital.

Abstract

This research aims to optimize the systematization of administrative and production processes in a wholesale travel agency through the design and implementation of flowcharts within the context of a new search engine (Bookingmotor). The study followed a qualitative, descriptive methodology, using document review, participant observation, and analysis of real processes during an internship at Grupos Travel. The main outcomes include the creation of detailed flowcharts that improve the understanding and execution of key procedures, as well as the identification of information gaps that hindered operational efficiency. This research strengthens organizational performance and serves as a practical guide for other tourism companies undergoing similar digital transformation processes.

Keywords: process systematization, flowcharts, travel agencies, search engine, digital tourism.

Introducción

Hoy en día, el sector turístico se encuentra cambiando constantemente debido a los avances tecnológicos en el mundo, lo que ha provocado que las agencias de viajes busquen nuevas herramientas digitales que les permitan llevar al máximo su funcionamiento. Un área de gran importancia es la organización y sistematización de los procesos administrativos y de producción, estos son vitales para garantizar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la competitividad empresarial en el sector turístico.

La presente investigación se desarrolló a partir de una experiencia práctica en la agencia mayorista de viajes Grupos Travel, donde se evidenció la necesidad de organizar y mejorar los procedimientos internos, especialmente en el contexto de la implementación de un nuevo motor de búsqueda conocido como Bookingmotor, ya que, de acuerdo con la gerencia de la empresa, el motor de búsqueda anterior (Thor) no dió los resultados esperados.

Este proceso de transición tecnológica reveló fallas en la documentación de los procesos, falta de acceso a información clave, poca claridad sobre los flujos de trabajo y desconocimiento de las responsabilidades de cada colaborador según áreas de trabajo; dificultando la gestión eficiente de reservas y el abastecimiento del sistema.

A partir de esta problemática, la investigación se dirigió a diseñar e implementar flujogramas que permitan una sistematización clara y funcional de los procesos administrativos y productivos. Esta propuesta busca mejorar la operatividad interna de la empresa y también aportar al conocimiento teórico y práctico sobre la gestión de procesos administrativos en sector turístico, combinando conceptos administrativos con herramientas digitales.

El estudio se apoyó en antecedentes relevantes y en referentes conceptuales que abordan el papel de los motores de búsqueda en el turismo, la gestión eficiente de la información y la aplicación de diagramas de flujo como herramientas administrativas. De esta forma, se espera que los resultados obtenidos sirvan como material de trabajo para futuras implementaciones en la agencia de viajes Grupos Travel, promoviendo la innovación y el fortalecimiento institucional.

1. Planteamiento del problema

La transformación digital en el sector turístico ha obligado a las agencias de viajes mayoristas a adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas como los motores de

búsqueda, que automatizan los procesos de cotización y confirmación de las reservas; así mismo, sistemas de gestión de relaciones con el cliente que permiten dar seguimientos y realizar controles de calidad en las ventas, por otro lado, los sistemas de planificación de recursos empresariales, herramientas colaborativas, entre otras.

La implementación de motores de búsqueda como Bookingmotor implica rediseñar procedimientos administrativos y de producción que no están claramente definidos ni sistematizados. Según Chiavenato (2001), la eficiencia organizacional depende de una adecuada estructuración de procesos, mientras que autores como Jara-Moya et al. (2023) evidencian el papel de la inteligencia artificial y los motores de búsqueda como punto de partida clave para mejorar la competitividad empresarial en el sector turístico.

Durante las pasantías en Grupos Travel se evidenciaron retos significativos, tales como, la falta de claridad en los objetivos organizacionales, la poca información sobre los procesos internos y la mala organización de datos contractuales necesarios para el abastecimiento del nuevo motor de búsqueda. Esto retrasó el diseño y la implementación de flujogramas, así mismo, evidenció la necesidad de sistematizar los procesos de manera más precisa.

Por lo anterior, en la presente investigación se plantea como respuesta al siguiente problema: **¿Cómo puede optimizarse la sistematización de los procesos administrativos y de producción en una agencia mayorista de viajes mediante el diseño e implementación de flujogramas en el contexto de un nuevo motor de búsqueda?**

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Optimizar los procesos administrativos y productivos en la agencia de viajes mayorista Grupos Travel, mediante el diseño, validación e implementación de instrumentos técnicos para la sistematización de las operaciones dentro del nuevo motor de búsqueda de la empresa.

2.2. Objetivos específicos

1. Realizar un diagnóstico detallado de la situación actual de los procesos administrativos y productivos en Grupos Travel.
2. Diseñar flujogramas detallados de los procesos administrativos y productivos del manejo adecuado de las reservas, para aumentar la eficiencia y la integración de los procesos clave de producción turística en el nuevo sistema.
3. Proponer recomendaciones claras de mejora teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante la implementación y seguimiento de los flujogramas, con el fin de optimizar al máximo los procesos administrativos y productivos.

3. Justificación

Esta pasantía pretende optimizar la estructura de los procesos administrativos y productivos en la agencia mayorista de viajes, Grupos Travel, específicamente mediante el diseño e implementación de instrumentos técnicos (8 flujogramas de los procesos que requiere la sistematización) en el contexto de la transición hacia un nuevo motor de búsqueda, Bookingmotor. Esta necesidad surge a partir de que el motor de búsqueda (Thor) utilizado anteriormente por la agencia de viajes no generó el alcance que se esperaba y limitó las ventas afectando las expectativas de la gerencia. Teniendo como resultado, la búsqueda de una nueva alternativa que permitiera mejorar los resultados y que generara un mayor alcance del público.

Desde el punto de vista práctico, esta pasantía aportó a la estructuración y fortalecimiento de los procedimientos internos en agencias de viajes, facilitando una toma de decisiones más precisa y una operación más eficiente. Al definir de manera clara y visual los pasos a seguir en cada proceso, se reducen los errores, se mejora la comunicación interdepartamental y se promueve el uso efectivo de herramientas tecnológicas como los motores de búsqueda turísticos.

El aporte teórico se ve reflejado en el análisis y aplicación de conceptos relacionados con la administración de procesos, la sistematización operativa y el uso de TIC en el sector turismo, integrando marcos de referencia de autores como Chiavenato (2001),

Buhalis y Law (2008), y Jara-Moya et al. (2023), lo que permite un entendimiento más profundo del impacto de la digitalización en la gestión turística.

En cuanto a la utilidad, este trabajo ofrece una propuesta de sistematización por medio de flujogramas, que puede ser adaptada a procesos internos de otras agencias de viajes mayoristas en situaciones similares de transición a un nuevo motor de búsqueda. Finalmente, este estudio tiene un aporte social al fomentar la eficiencia en un sector tan importante como lo es el turismo, ya que esta actividad al estar en un crecimiento exponencial requiere herramientas tecnológicas que aporten en la disminución de los costos para dar mayor acceso a diferentes grupos poblacionales, generando impactos positivos tanto en la productividad de las agencias como también, en la calidad del servicio al cliente, lo que puede traducirse en una mayor competitividad en el mercado.

4. Estado del arte

Los organismos empresariales se preocupan constantemente por la calidad de sus productos y servicios, de la misma manera deben proceder elevando la idoneidad de sus procesos administrativos y operativos, lo cuales, apoyados en la tecnología, han venido evolucionando hacia la automatización totalo parcial. Como evidencias de esta evolución encontramos algunos autores que han venido haciendo aportes sobre el uso de la tecnología sistemas de información para el gerenciamiento de las empresas turísticas.

Buhalis y Law (2008) en su revisión sobre el progreso de la tecnología de la información en el turismo, evidencian cómo la digitalización ha impulsado la automatización de procesos y la personalización de servicios, factores que son posibles gracias a la estandarización de procedimientos internos. La sistematización mediante flujogramas administrativos y productivos, como los realizados durante las pasantías, responde a esta necesidad de eficiencia operativa en un entorno donde la rapidez y la precisión son clave. Esta investigación maneja un enfoque cualitativo donde se realizó una revisión documental de la literatura académica sobre la relación entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el turismo. El objetivo principal identificar investigaciones desarrolladas en esta área de estudio, así como evaluar el avance a lo largo de la historia en cuanto a las publicaciones y sus contribuciones teóricas y prácticas.

Por un lado, Fesenmaier, Xiang, Pan y Law (2010) realizan un análisis del uso de motores de búsqueda en la planificación de viajes, demostrando que los usuarios dependen cada vez más de estas herramientas para tomar decisiones. Su estudio concluye que el éxito del motor radica en su capacidad para ofrecer resultados relevantes de manera rápida y organizada, lo cual se logra a través de una estructura sólida de abastecimiento y gestión interna, como la realizada en el proceso de transición al motor *Bookingmotor* durante la pasantía. Este estudio busca contribuir a la literatura del marketing ya existente relacionada a los motores de búsqueda en el ámbito turístico, para ello, se realizó en cuantas a turistas estadounidenses que permitió establecer las fases de búsqueda de los mismos.

Así mismo, Barrantes (2013) destaca que el posicionamiento en motores como Google es esencial para que las agencias y operadores turísticos sean visibles en un entorno cada vez más competitivo. En este sentido, la correcta organización y sistematización de los productos turísticos en un motor de búsqueda interno influye en la capacidad de respuesta de la agencia y en su posicionamiento frente al cliente. Esto refuerza la importancia del abastecimiento estratégico del sistema, garantizando que la información esté disponible, actualizada y bien clasificada. El autor planteó como objetivo identificar la necesidad de las agencias de viajes en tener presencia en el internet, para ellos, se dividió su investigación en dos etapas, la primera busca medir el posicionamiento en el motor de búsqueda Google de las Agencias de viajes y Operadores turísticos, y la segunda, contempla la necesidad de presencia en internet de estas mismas.

Por su parte, García (2017) resalta que los motores de búsqueda han revolucionado la forma de hacer negocios en el turismo, permitiendo a las empresas adaptarse a nuevas dinámicas de consumo, donde el usuario busca experiencias personalizadas e inmediatas. Por medio de una investigación cualitativa, el autor pudo determinar la evolución e importancia de los motores de búsqueda en el área del turismo, abarcando así, fuentes primarias y secundarias como turistas y especialistas en web.

A su vez, Marine y Huertas (2018) analizan cómo los usuarios buscan y comparten información turística en redes sociales durante las diferentes fases del viaje. Su estudio resalta la importancia de que las plataformas y motores de búsqueda respondan a necesidades puntuales del usuario en cada etapa: inspiración, planificación, reserva y experiencia. Esta visión orienta el diseño de flujogramas que optimicen la gestión de

reservas y productos dentro del sistema, asegurando una atención oportuna y contextualizada. Para ello, dividieron la investigación en cuatro partes que abarcan las fuentes de información utilizadas antes y durante el viaje, tipo de información buscada en redes sociales, uso de redes sociales en diferentes etapas del viaje y credibilidad de las redes sociales como fuente de información turística.

En años recientes, Jara-Moya, Torres-Valverde y Torres-Abril (2023) por medio de una revisión documental detallada y reflexiva, explican cómo la evolución de los motores de búsqueda ha incorporado tecnologías de inteligencia artificial, lo cual exige una estructura organizacional clara y adaptada a las nuevas lógicas de búsqueda. La carga de productos turísticos debe contemplar no solo su presencia, sino su categorización, filtros, y conexión lógica con las búsquedas del usuario. Este enfoque técnico fundamenta la labor de abastecimiento estratégico del motor *Bookingmotor*, asegurando su operatividad y funcionalidad.

A su vez Zarezadeh, Benckendorff y Gretzel (2023) complementan este análisis desde el punto de vista del usuario, al estudiar las estrategias de búsqueda de información turística en línea en múltiples casos de estudio. Los autores concluyen que las decisiones de los turistas están fuertemente influenciadas por la facilidad de uso y estructura de los sistemas de información. Por lo tanto, la organización interna del motor de búsqueda mediante procesos sistematizados tiene un impacto directo en la experiencia del cliente, lo que reafirma la necesidad de flujogramas claros y eficaces.

5. Referentes conceptuales

La transformación digital en el mundo ha causado modificaciones en la estructura operativa, administrativa y productiva de las organizaciones en el sector turístico, especialmente en las agencias de viajes, donde la automatización y la tecnología son necesarias para mejorar la eficiencia y competitividad. En este contexto, conceptos como sistematización de procesos, flujogramas, procesos administrativos y de producción, y motores de búsqueda se articulan para optimizar los procesos operativos de la organización.

De acuerdo con Chiavenato (2001) en primer lugar, la sistematización de procesos se entiende como un método que permite organizar, estructurar y documentar los procesos recurrentes dentro de una empresa para mejorar su ejecución, reducir errores, y facilitar la toma de decisiones. Así mismo, busca una representación ordenada del funcionamiento interno de una entidad, y su correcta implementación permite estandarizar procedimientos, identificar cuellos de botella y asegurar la trazabilidad de las acciones. En una agencia de viajes mayorista, este enfoque adquiere una gran importancia al manejar múltiples proveedores, productos turísticos y reservas que requieren control y seguimiento.

Vinculado a ello se encuentra el uso de flujogramas, definidos por Harrington (1997) como herramientas que determinan gráficamente los pasos de un proceso, su secuencia y los responsables de cada etapa. Los flujogramas ayudan a detectar redundancias, omisiones o inconsistencias en los procedimientos. Su implementación en entornos turísticos permite visibilizar la ruta de una reserva o la gestión de un producto desde su ingreso al sistema hasta su comercialización, facilitando la formación del personal y la mejora continua.

Por su parte, los procesos administrativos y productivos representan el núcleo operativo de cualquier organización. Los procesos administrativos, según Koontz y Weihrich (2012), comprenden la planificación, organización, dirección y control de los recursos para alcanzar objetivos institucionales. En tanto, los procesos productivos se refieren a la generación de bienes o servicios a partir de insumos, en este caso, productos turísticos como paquetes, vuelos, hoteles o traslados, gestionados desde la agencia hacia el cliente final. En el contexto de una agencia mayorista de viajes, ambos tipos de procesos requieren coordinación estrecha y precisa, especialmente cuando se introducen nuevas herramientas tecnológicas que transforman la dinámica operativa.

Un elemento clave en este proceso es la introducción de motores de búsqueda turísticos, plataformas tecnológicas diseñadas para facilitar la consulta, selección y reserva de productos turísticos, estos se diversifican en distintas categorías como generalistas, verticales, híbridos, semánticos, entre otros. Dentro de esta clasificación, Booking Motor se identifica como un motor de búsqueda vertical, ya que está especializado en un nicho concreto: la búsqueda y reserva de productos turísticos como alojamiento, vuelos y paquetes, ofreciendo resultados detallados dentro de ese ámbito

específico. Estos motores, como lo plantea García (2017), han cambiado radicalmente la manera en que las agencias operan, ya que centralizan la información de productos y automatizan la interacción con el cliente. La correcta implementación de estos sistemas requiere una estructura interna organizada, con flujos bien definidos y procesos previamente sistematizados que aseguren la coherencia de la oferta y la experiencia del usuario.

Asimismo, la tecnología de la información aplicada al turismo (e-Tourism), como expone Buhalis (2008), ha promovido un nuevo paradigma en la industria, donde la digitalización de operaciones no solo es una tendencia, sino una necesidad estratégica. El uso de sistemas inteligentes, interfaces amigables y herramientas de análisis en motores de búsqueda requiere que las agencias cuenten con una base organizativa sólida que respalde su funcionamiento. Así, el diseño de flujogramas se convierte en un mecanismo eficaz para garantizar que los nuevos motores de búsqueda se integren de manera ordenada y eficiente al sistema operativo de la empresa.

6. Metodología

La presente investigación, orientada a responder la pregunta: *¿Cómo puede optimizarse la sistematización de los procesos administrativos y de producción en una agencia mayorista de viajes mediante el diseño e implementación de flujogramas en el contexto de un nuevo motor de búsqueda?*, se desarrolla bajo un enfoque cualitativo con alcance descriptivo. Su finalidad es analizar, documentar y proponer mejoras en la sistematización de procesos internos dentro de la empresa Grupos Travel, en el marco de la transición hacia un nuevo motor de búsqueda conocido como Bookingmotor.

La metodología combina la aplicación práctica en campo, producto de las pasantías realizadas en la empresa, con una fase teórica-documental que sustenta conceptualmente el estudio a través del análisis de antecedentes (estado del arte) y teorías relevantes (referentes conceptuales).

Durante las pasantías, la recolección de información se llevó a cabo por medio de observación directa, entrevistas informales con colaboradores, revisión de documentos internos y análisis funcional de procesos. Estas técnicas permitieron identificar los

procedimientos claves que requerían ser mapeados, así como los principales obstáculos que dificultaban su sistematización. Como instrumentos se utilizaron matrices de seguimiento, esquemas de flujo y software básico de diagramación para la elaboración de flujogramas. Se construyeron y validaron procesos como: gestión de reservas individuales y por file, tratamiento de reservas en estado “ER” y “RQ”, modificación manual de liquidaciones y abastecimiento de productos al nuevo motor de búsqueda.

6.1 Cronograma de Trabajo (Duración total: 22 semanas)

Tabla 1

Tabla cronograma de trabajo - Pasantías profesionales

Fase / Actividad	Duración estimada	Semanas	Descripción
Planeación inicial del proyecto	2 semanas	Semanas 1–2	Revisión institucional, lineamientos de la pasantía y planificación de actividades.
Proceso investigativo y selección metodológica	2 semanas	Semanas 3–4	Revisión teórica y documental. Selección de los flujogramas como herramienta de optimización.
Diagnóstico de procesos existentes	2 semanas	Semanas 5–6	Análisis de los procesos administrativos y de producción actuales, identificación de mejoras.
Diseño y validación de flujogramas	6 semanas	Semanas 7–12	Elaboración, revisión y validación de flujogramas detallados de los procesos clave.
Abastecimiento del nuevo motor de búsqueda (Bookingmotor)	6 semanas	Semanas 13–18	Recolección, organización y sistematización de productos turísticos en el nuevo motor de búsqueda.
Evaluación y recomendaciones finales	4 semanas	Semanas 19–22	Revisión del funcionamiento, análisis de resultados y redacción de recomendaciones de mejora.

Nota: Elaboración propia.

7. Limitaciones

Durante el desarrollo de las pasantías realizadas en la agencia de viajes mayorista Grupos Travel, se encontraron diferentes limitaciones que influyeron en el proceso de diseño e implementación de los flujogramas destinados a la sistematización de los procesos administrativos y productivos asociados al nuevo motor de búsqueda (Bookingmotor).

En primer lugar, una de las dificultades que se pudieron evidenciar fue la falta de claridad inicial en cuanto a los objetivos empresariales como de la pasantía. Si bien se desarrolló una inducción al comenzar el proceso, esta no brindó la suficiente información para comprender de manera integral los principios, metas y expectativas específicas frente al rol del pasante, lo cual dificultó el proceso.

Asimismo, al momento de comenzar con el abastecimiento de productos turísticos en el nuevo motor de búsqueda con el fin de poder aplicar los flujogramas, se evidenció una carencia de información en los contratos, debido a que las condiciones no eran claras y en muchos casos se encontraba incompleta y desorganizada. A pesar de que dicha información se encontraba almacenada en la nube (Bitrix), el desorden de la misma dificultaba el acceso a los datos que requiere el motor de búsqueda Bookingmotor. Por esta razón, fue necesario recurrir de forma constante a la consulta directa con diferentes colaboradores de la empresa y en algunos casos, contactar directamente a agencias operadoras para obtener la información faltante.

Otra limitación significativa fue la falta de información sistematizada sobre algunos procesos internos actuales de la agencia de viajes. Esto dificultó la adaptación precisa de los flujogramas a la realidad operativa de la organización, lo que posiblemente impactó en la optimización de los resultados esperados. Se considera que una mayor retroalimentación o acompañamiento por parte de la empresa en la socialización de sus procedimientos internos habría permitido generar herramientas más alineadas con las dinámicas reales del entorno laboral.

Finalmente, una limitación importante del proyecto fue la imposibilidad de sustentar con evidencia cuantitativa las razones que motivaron la transición hacia un nuevo motor de búsqueda. La ausencia de estadísticas o datos medibles previos impidió evaluar objetivamente si dicho cambio generó mejoras en los procesos o resultados esperados.

Esto dificultó establecer comparaciones claras entre el sistema anterior y el nuevo, limitando así el análisis del impacto real de la implementación.

8. Resultados

8.1. Diagnóstico Empresarial – Grupos Travel

Durante el desarrollo en las pasantías como opción de grado en la agencia de viajes mayorista *Grupos Travel*, se tuvo la oportunidad de relacionarse con los procesos administrativos y productivos de la empresa durante la transición tecnológica a un nuevo motor de búsqueda. Gracias a esto, se logró identificar diferentes aspectos relacionados con el manejo interno, la gestión de la información y la organización de los procesos.

8.1.1. Estado Actual de la Empresa

Actualmente, *Grupos Travel* se encuentra en una transición tecnológica, migrando su catálogo de productos turísticos de un motor de búsqueda denominado "Thor" hacia un nuevo sistema llamado *Bookingmotor*. Esto se debe a que el sistema anterior "Thor" no llegó al alcance que se esperaba y la gerencia de manera autónoma decidió migrar al sistema *Bookingmotor*.

Si bien era un proceso que ya había iniciado, se pudo evidenciar diversos retos que afectan el desempeño interno, especialmente en lo relacionado con la claridad y estructuración de los procesos administrativos, la comunicación interna y la gestión documental.

8.1.2. Problemáticas Identificadas

Durante el proceso de pasantías, se detectaron cuatro problemáticas principales.

- Falta de claridad en los procesos administrativos y productivos

Al ser un sistema nuevo, los procedimientos relacionados con la migración de productos al motor de búsqueda *Bookingmotor* y los procesos productivos no estaban claramente definidos ni documentados, lo que generaba confusión e ineficiencia.

- Retrasos en la comunicación interna

Incluso teniendo en cuenta que la empresa cuenta con un sistema de almacenamiento de la información en la nube (BITRIX), fue frecuente encontrar que para resolver dudas, se debía consultar a varias personas, lo que ralentizaba los procesos y evidenciaba una falta de canales de comunicación claros y efectivos.

- Contratos incompletos o deficientemente revisados

Durante el proceso de migración era necesario abastecer el nuevo motor de búsqueda con información contractual, sin embargo, durante el proceso se evidenció que algunos contratos con prestadores turísticos no contenían la información mínima necesaria para su incorporación al nuevo sistema, lo que reveló falencias en los procesos de control y revisión documental.

8.1.3. Análisis DOFA – Grupos Travel

Tabla 2

Tabla análisis DOFA-Grupos Travel.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS - MEFI			
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Implementación de un nuevo motor de búsqueda con mayor potencial	Procesos administrativos y productivos poco claros
		Uso de plataforma en la nube (Bitrix) para la gestión documental	Falta de organización y actualización de la información Débil comunicación interna entre áreas
		Personal dispuesto a colaborar y resolver dudas	Contratos incompletos o mal gestionados Ausencia de procesos de inducción y capacitación inicial.
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS - MEFE	AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
	Pérdida de oportunidades comerciales por errores en la carga de productos Desmotivación del personal por falta de procesos definidos.	F2+ A4 Utilizar la capacidad de gestión documental de Bitrix y el potencial del nuevo motor para mantener a los aliados informados sobre los avances y	D4 + A2 Realizar una auditoría exhaustiva de todos los contratos existentes, priorizando la regularización de aquellos incompletos o mal gestionados.

Riesgo de retrasos en la implementación del nuevo motor de búsqueda
 Posible pérdida de confianza de aliados por fallas administrativas
 Presencia de agencias competidoras que utilizan la misma plataforma tecnológica, lo cual puede dificultar la diferenciación de la oferta y afectar la captación de clientes

mejoras en la plataforma.

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
Posibilidad de estandarizar y optimizar procesos internos Mayor competitividad mediante la digitalización de los productos turísticos	F1+O2 Lanzar campañas de marketing que resalten la mejora en la usabilidad y la ampliación del catálogo digital, atrayendo así nuevos clientes y mejorando la competitividad F2+O1	D2+O1 Diseñar flujogramas claros y detallados todos los procesos administrativos y productivos relacionados con Bookingmotor y la gestión general de la empresa. D5+O3
Capacidad de atraer nuevos clientes al mejorar la usabilidad del sitio web	Usar la plataforma Bitrix para documentar y centralizar de manera estandarizada los procesos internos optimizados	Generar procesos de capacitación en mantenimiento, control y marketing a encargados del área de manejo de sitios web

Nota: Elaboración propia.

8.1.4. Análisis del Diagnóstico

En términos generales, *Grupos Travel* presenta una notoria amplitud para la aplicación de estrategias que permitiría posicionarla en un punto fuerte, ya que con base en el análisis DOFA fue posible identificar que se encuentra en una posición media. Si bien la empresa exhibe fortalezas considerables en su proyección tecnológica, evidenciada por la migración a Bookingmotor, y una notable disposición de su personal para colaborar, enfrenta retos estructurales significativos que podrían comprometer el éxito de esta transición.

Las debilidades críticas radican en la falta de claridad y documentación de los procesos internos, la desorganización en la gestión documental y las deficiencias en la comunicación interna. Estas problemáticas, que se refuerzan mutuamente, no solo generan ineficiencias operativas y retrasos, sino que también plantean amenazas tangibles como la pérdida de oportunidades comerciales, la desmotivación del personal y la erosión de la confianza de los aliados.

La oportunidad de estandarizar y optimizar procesos, derivada de la implementación del nuevo sistema, es inmensa. Sin embargo, para capitalizar plenamente, Grupos Travel debe abordar de forma prioritaria y sistémica la mejora de sus procesos internos, la consolidación de su información contractual y la implementación de canales de comunicación más efectivos. Solo así podrá asegurar una mayor eficiencia operativa, una correcta y acelerada adaptación al nuevo sistema de trabajo, y finalmente, una mayor competitividad en el dinámico mercado turístico.

Es por ello que, mediante el diagnóstico realizado se establece que la estrategia DO que propone el diseño de flujogramas que generaría un espacio de organización y actualización de la información y procesos que se realizan en la empresa, dando paso a la posibilidad de estandarizar y optimizar los procesos internos de la misma.

8.2. Diseño de Flujogramas

Una vez realizado el diagnóstico, se inició la labor como practicante, diseñando flujogramas orientados a describir detalladamente los procesos administrativos y es que según Evans y Lindsay (2014), los diagramas de flujo son una de las herramientas básicas de la calidad propuestas por Kaoru Ishikawa, utilizadas para visualizar y comprender los procesos con el fin de mejorarlos sistemáticamente dentro del nuevo sistema.

Los siguientes diagramas representan los resultados de esta etapa (*Ver anexos*):

- **Flujograma del Proceso Administrativo de Reserva**

Describe de manera secuencial el proceso completo de una reserva desde que un pasajero o agencia de viajes minorista crea una reserva en el motor de búsqueda hasta la finalización del mismo con la emisión de la factura. Este diagrama de flujo está enfocado principalmente al área de reservas, administración y contabilidad;

quienes deben recibir la reserva, verificar que el pago sea válido y proceder con la facturación.

- **Flujograma Detallado de Gestión de Reservas por File**
Organiza la administración de reservas agrupadas bajo un mismo archivo (file), estableciendo rutas claras para su seguimiento. Este proceso está principalmente a cargo del área de operaciones y reservas, quienes podrán acceder utilizando criterios como fechas, estado, responsables a cargo, etc. Desde allí se podrán realizar acciones como confirmaciones o cancelaciones, envío de vouchers y consultar la plataforma. Este flujograma es importante para garantizar una trazabilidad de cada reserva, optimizar el control operativo, y facilitar la toma de decisiones sobre múltiples servicios.
- **Flujograma de Gestión de Reservas Individuales**
Especifica el procedimiento para consultar, revisar, modificar y actualizar reservas que son creadas de manera individual, este flujograma es utilizado principalmente por el área de operaciones y reservas, en algunos casos, también puede ser aprovechado por el departamento administrativo para realizar validaciones financieras. Esta herramienta permite el control minucioso y personalizado de cada reserva, lo que asegura la precisión en el servicio al cliente.
- **Flujograma del Procedimiento para Reservas en Estado “En Revisión” (ER)**
Establece las acciones necesarias para revisar y actualizar reservas que han sido confirmadas automáticamente por el proveedor, pero requieren intervención manual. Este proceso debe ser seguido por el departamento de reservas quienes deben revisar aquellas solicitudes en estado “ER” para validar su existencia y tomar decisiones para definir si debe ser cancelada o reconfirmada. Este proceso incluye asegurar que ninguna reserva en estado “ER” quede sin revisión, adicionalmente, se deben agregar comentarios para documentar la trazabilidad de la reserva en el backoffice. Este diagrama de flujo permite garantizar una respuesta oportuna para minimizar errores y mejorar el servicio al cliente.
- **Flujograma de Monitoreo de Actualización de Reservas en Estado “Requerimiento” (RQ)**
Este diagrama de flujo define cómo realizar el seguimiento de reservas en estado de “Requerimiento” (RQ), el área de reservas será la encargada de revisar los comentarios y requerimientos por parte del proveedor para dar solución y poder actualizar el estado de la reserva, documentar la trazabilidad y dar finalidad a la

tarea en la interfaz del backoffice. Esta herramienta permite seguir un paso a paso para dar respuesta oportuna a las solicitudes del counter o proveedores y confirmar las reservas para disminuir problemas a futuro.

- **Flujograma de Modificación Manual de la Liquidación de una Reserva**
Señala el procedimiento que debe seguir el área de reservas y el área administrativa para ajustar los valores económicos de una reserva individual en el sistema, la liquidación puede hacerse manual o dinámica, en ambos casos el personal a cargo deberá hacer una verificación de los valores ya que, el sistema no hace cálculos automáticamente. Este diagrama de flujo garantiza que lo anterior se realice de forma ordenada, para evitar errores en los cobros a los clientes y montos asignados.
- **Flujograma de Registro y Gestión de Pagos de Reservas en el Sistema**
Este flujograma detalla el paso a paso para configurar y administrar los diferentes tipos de pagos existentes. El área de reservas y el administrativo deberán clasificar el tipo de pago, que se puede categorizar en tres grupos, transacción física, transferencia bancaria o pasarela de pago. Para luego, determinar el tratamiento adecuado de cada uno de ellos. Esto garantiza que todos los pagos estén registrados adecuadamente y disponibles en el sistema, permitiendo que la gestión financiera sea precisa y ordenada para que no se presenten vacíos o pérdidas de dinero.
- **Flujograma de Generación de Órdenes de Pago como Descuento**
Estandariza la creación de órdenes de pago con valores negativos utilizadas como mecanismo de descuento o reembolso para las diferentes reservas. Este proceso deberá ser responsabilidad del área administrativa, quien garantizará el adecuado control y registro de estas transacciones, llevando una trazabilidad detallada de cada creación de órdenes de pago dentro del sistema de reservas.

Durante la etapa de abastecimiento del nuevo motor de búsqueda, se aplicaron los flujogramas como guía de trabajo. Esta aplicación facilitó el proceso ya que se clarificó el paso a paso a seguir y se alcanzaron los siguientes beneficios:

- **Reducción de errores administrativos:** gracias a la claridad en las instrucciones y rutas definidas.

- **Mejora en los tiempos de respuesta:** especialmente en la gestión de reservas en estados "ER" (En revisión) y "RQ"(Requerimiento).
- **Aumento de la trazabilidad:** al permitir seguir cada paso del proceso y su responsable.
- **Mayor autonomía del equipo:** al contar con guías visuales que facilitaban el cumplimiento de sus funciones sin depender continuamente del soporte directo.

Asimismo, el uso de estos flujogramas puede ser útil para la capacitación de colaboradores nuevos, ya que expone un paso a paso de los procesos necesarios dentro este nuevo motor de búsqueda, además de ser un material de consulta y fácil navegación al que pueden acceder rápidamente.

8.3. Recomendaciones

Con base en la experiencia obtenida durante la práctica, se proponen las siguientes recomendaciones para la empresa:

- **Incorporar los flujogramas en el manual operativo de la empresa,** debido a que, durante el diagnóstico se pudo evidenciar diferencias e inconsistencias en la manera en que los empleados realizaban los procesos, es por esto que se recomienda que los flujogramas sean oficializados como guías operativas, para así, estandarizar los procesos, optimizar tiempos y mejorar los resultados.
- **Establecer capacitaciones periódicas** para asegurar que el equipo mantenga un manejo actualizado de los procesos ya que la transición hacia un nuevo motor de búsqueda implica una curva de aprendizaje tanto para el personal antiguo como nuevo, Es recomendable que las capacitaciones sean periódicas y que se utilice como base lo flujogramas propuestos durante esta pasantía.
- **Asignar responsables para el seguimiento de estados críticos** como “ER” (En revisión) y “RQ” (Requerimiento), asegurando una revisión constante y respuesta oportuna a los clientes y proveedores.
- **Evaluar cada seis meses la vigencia de los flujogramas,** al ser una herramienta tecnológica está sujeta a cambios y actualizaciones que se recomienda tener en

cuenta para realizar renovaciones continuas a aquellos diagramas que requieran adaptación a nuevas funcionalidades del sistema.

- **Digitalizar los flujogramas dentro del motor de búsqueda**, o en un espacio de fácil acceso para todos los colaboradores de la empresa, para que puedan ser utilizados como herramienta de consulta rápida y así, poder optimizar tiempos.
- **Establecer un proceso de inducción para futuros pasantes y colaboradores** donde se aborden los objetivos empresariales que se buscan alcanzar con su contratación y los resultados esperados de cada área, para así, mantener la operación de empresa de forma homogénea y equilibrada con el propósito empresarial.
- **Implementar indicadores de desempeño asociados a los procesos sistematizados**, donde se pueda llevar un control de la eficiencia y practicidad de los mismos, y así, tomar decisiones para mejoras oportunas.

9. Conclusiones

La presente investigación permitió responder a la pregunta: *¿Cómo puede optimizarse la sistematización de los procesos administrativos y de producción en una agencia mayorista de viajes mediante el diseño e implementación de flujogramas en el contexto de un nuevo motor de búsqueda?* Lo anterior con base a los objetivos planteados que permitieron llegar a diferentes conclusiones.

Mediante el diseño de flujogramas como herramienta de sistematización se establecieron puntos clave para la optimización de los procesos internos, ya que gracias a su construcción, fue posible visualizar de manera clara y secuencial las tareas, responsables y decisiones involucradas en los procesos administrativos y productivos, permitiendo identificar duplicidades, vacíos de información, y cuellos de botella.

Además, con la elaboración de los flujogramas se facilitó la comprensión general del nuevo motor de búsqueda (Bookingmotor) dentro de la agencia, al estandarizar los procedimientos de reserva, seguimiento y abastecimiento del sistema, lo que ayudará a reducir errores operativos y a mejorar la toma de decisiones.

Resaltando así que se podrá lograr una mayor eficiencia operativa al documentar procesos como la gestión de reservas individuales, la administración de reservas en estado “ER” (En Revisión) y “RQ” (Requerimiento), la modificación de liquidaciones, y la coordinación entre los departamentos. La claridad en estos procedimientos contribuye a que los colaboradores puedan actuar con mayor autonomía y seguridad.

El proceso de sistematización reveló la importancia de contar con información contractual y organizacional completa y actualizada. Durante la implementación, una de las principales limitaciones fue la falta de datos consolidados y accesibles, lo cual se solucionó temporalmente mediante entrevistas y consultas directas con personal de distintas áreas. Esto mostró la necesidad de una cultura de documentación más sólida dentro de la empresa.

Desde el punto de vista metodológico, la observación participante y el análisis documental fueron primordiales para comprender los procesos desde la situación real, lo cual permitió que los flujogramas no fueran documentos alejados de la realidad, sino herramientas funcionales, adaptadas a la dinámica operativa y tecnológica de la agencia.

Finalmente, la investigación también crea un aporte teórico y práctico para el sector turístico. Por un lado, se reforzó la utilidad de los flujogramas como instrumentos de mejora administrativa continua, y por otro, se evidenció cómo estos pueden ser útiles en procesos de transición digital, como la migración a un nuevo motor de búsqueda.

Referencias Bibliográficas

- Barrantes, R. (2013). *Evaluación del posicionamiento en el motor de búsqueda Google y la necesidad de presencia en internet de las agencias de viajes y operadores turísticos de la provincia de San Martín* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín]. 1Library.
<https://1library.co/es/download/880918649087819777>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517708000162>
- Chiavenato, I. (2001). *Administración: Teoría, proceso y práctica*. McGraw-Hill.
<https://books.instituto-idema.org/sites/default/files/Administraci%C3%B3n%20-%20Proceso%20administrativo%20-%20Idalberto%20Chiavenato%20-%203ed.pdf>
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2014). *Administración y control de la calidad* (9.ª ed.). Cengage Learning.
- Fesenmaier, D. R., Xiang, Z., Pan, B., & Law, R. (2010). An analysis of search engine use for travel planning. En U. Gretzel, R. Law & M. Fuchs (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2010* (pp. 381–392). Springer.
https://www.researchgate.net/publication/221357214_An_Analysis_of_Search_Engine_Use_for_Travel_Planning
- García, C. (2017). Una nueva forma de hacer negocios en el turismo: Los buscadores en la web. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(3), 364–375. Universidad Autónoma Juárez de Tabasco.
<https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/229/229>
- Harrington, H. J. (1997). *Mejoramiento de los procesos empresariales: Cómo mejorar la calidad, reducir los costos y aumentar la velocidad*. McGraw-Hill.
https://www.academia.edu/11065235/MEJORAMIENTO_DE_LOS_PROCESOS_DE_LA_EMPRESA_H_James_harrington
- Jara-Moya, S. D., Torres-Valverde, L. D., & Torres-Abril, P. C. (2023). Evolución de los motores de búsqueda y la revolución con la inteligencia artificial. *Polo del*

Conocimiento, 8(9), 404–413.

<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6023/15177>

Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Administración: una perspectiva global y empresarial* (13.ª ed.). McGraw-Hill.

https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf

Mariné, E., & Huertas, H. (2018). Búsqueda y compartición de información en las redes sociales durante las distintas fases del viaje. *Cuadernos de Turismo*, 42, 251–274. <https://revistas.um.es/turismo/article/download/353451/252861/1193411>

Símbolo Interactivo. (s.f.). Motores de búsqueda: La puerta de entrada a la información. <https://www.simbolointeractivo.com/motores-de-busqueda/>

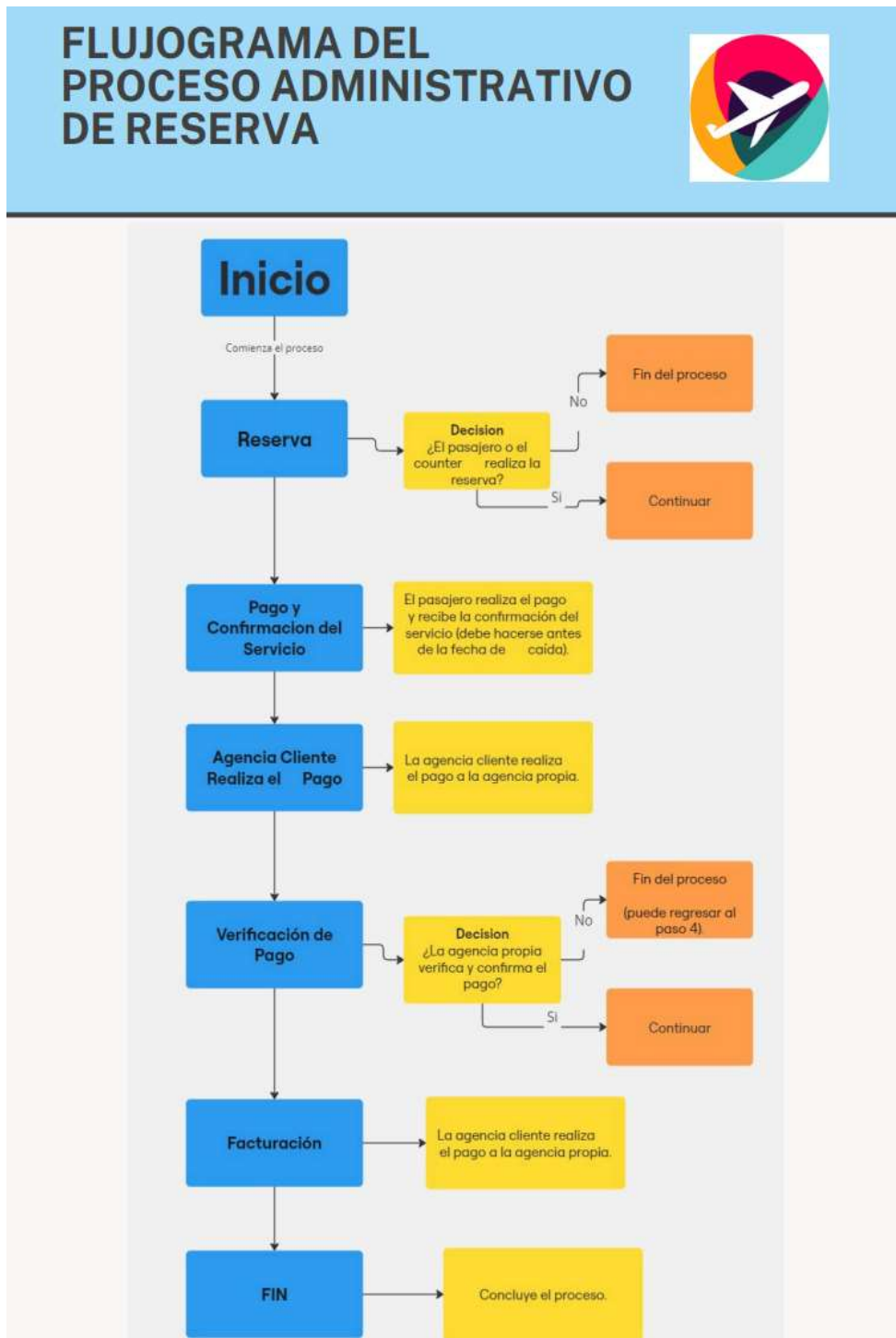
Zarezadeh, Z. Z., Benckendorff, P., & Gretzel, U. (2023). Online tourist information search strategies. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101140.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973623000685>

Anexos

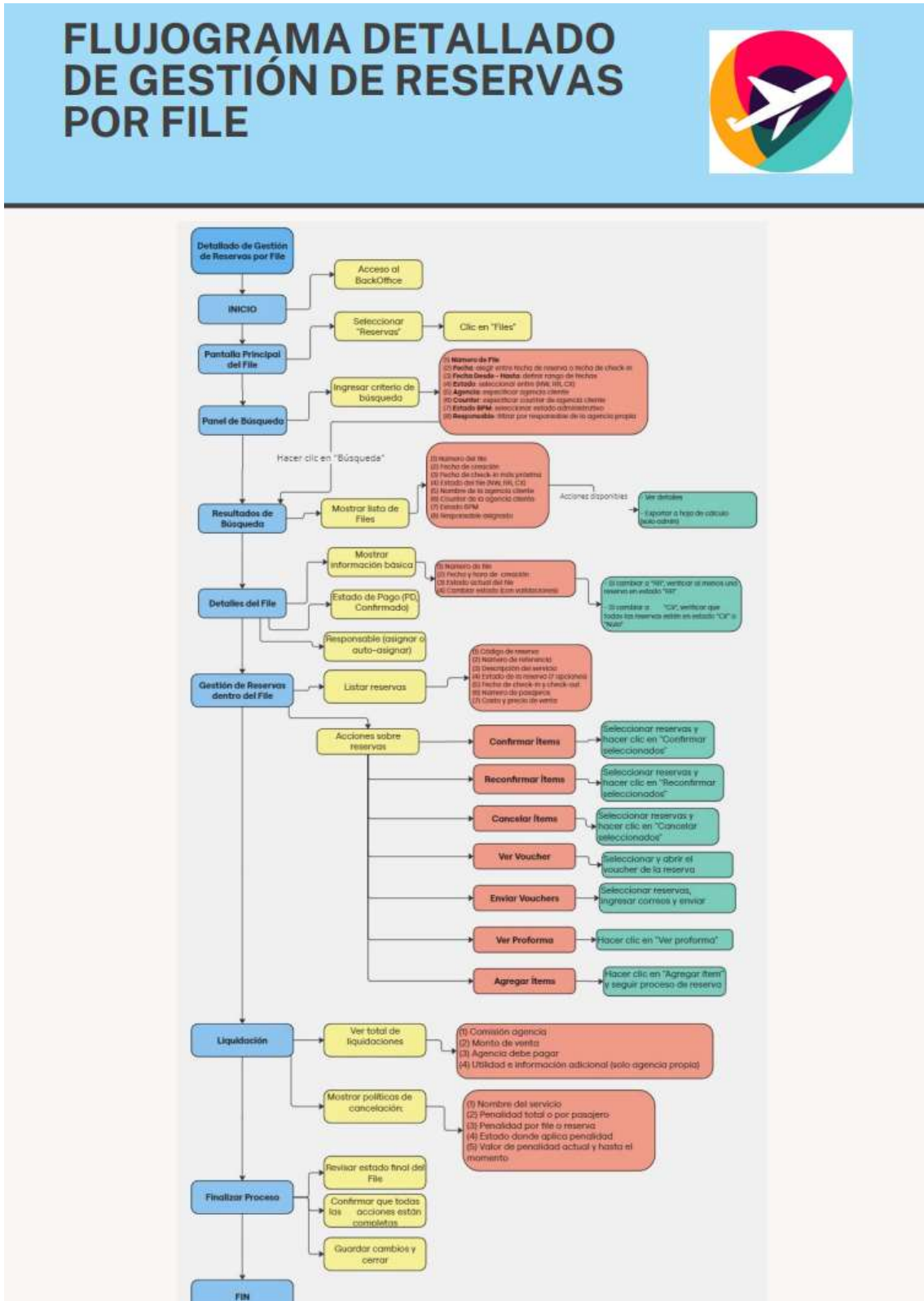
Anexo A

Flujograma del Proceso Administrativo de Reserva



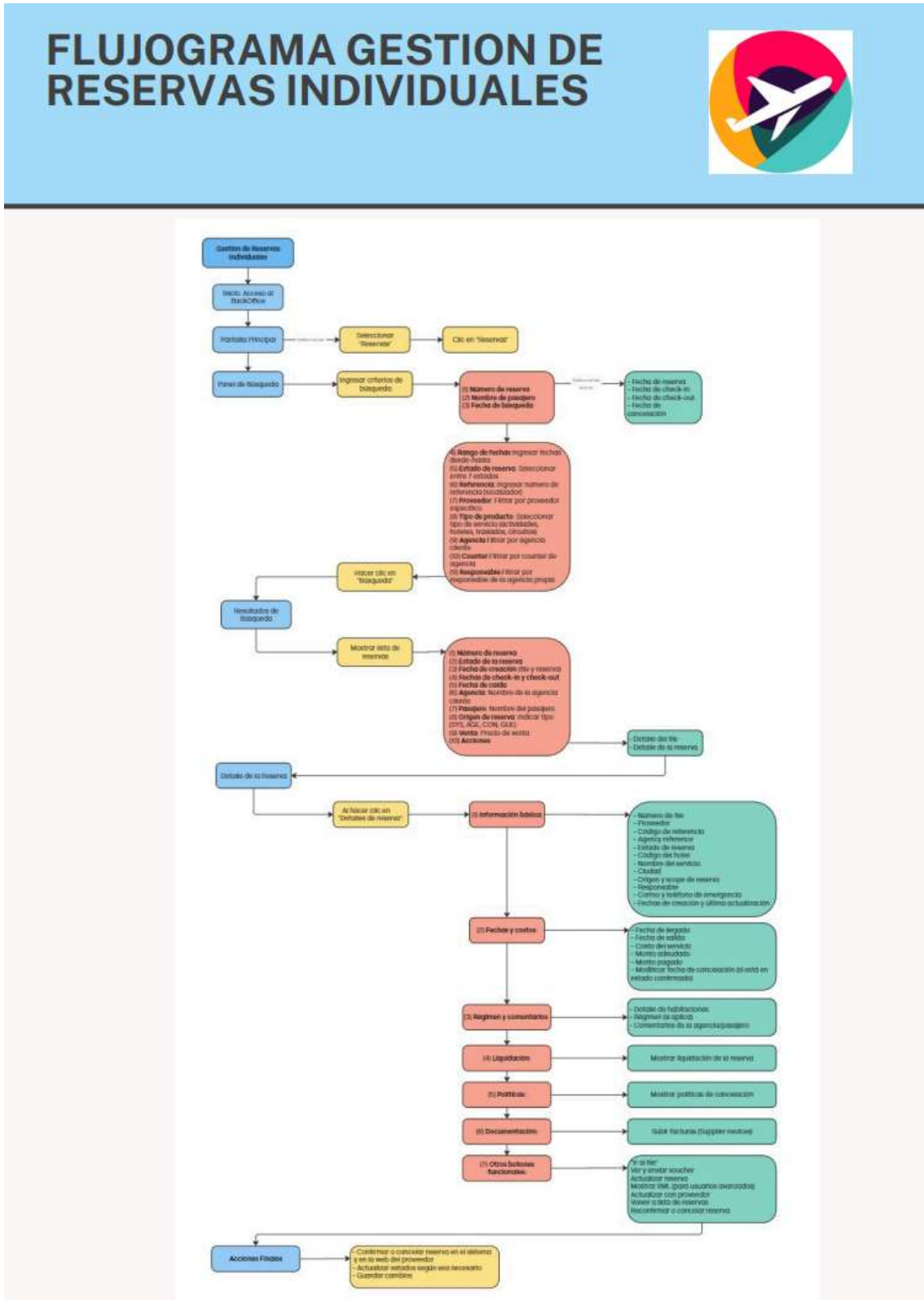
Anexo B

Flujograma Detallado de Gestión de Reservas por File



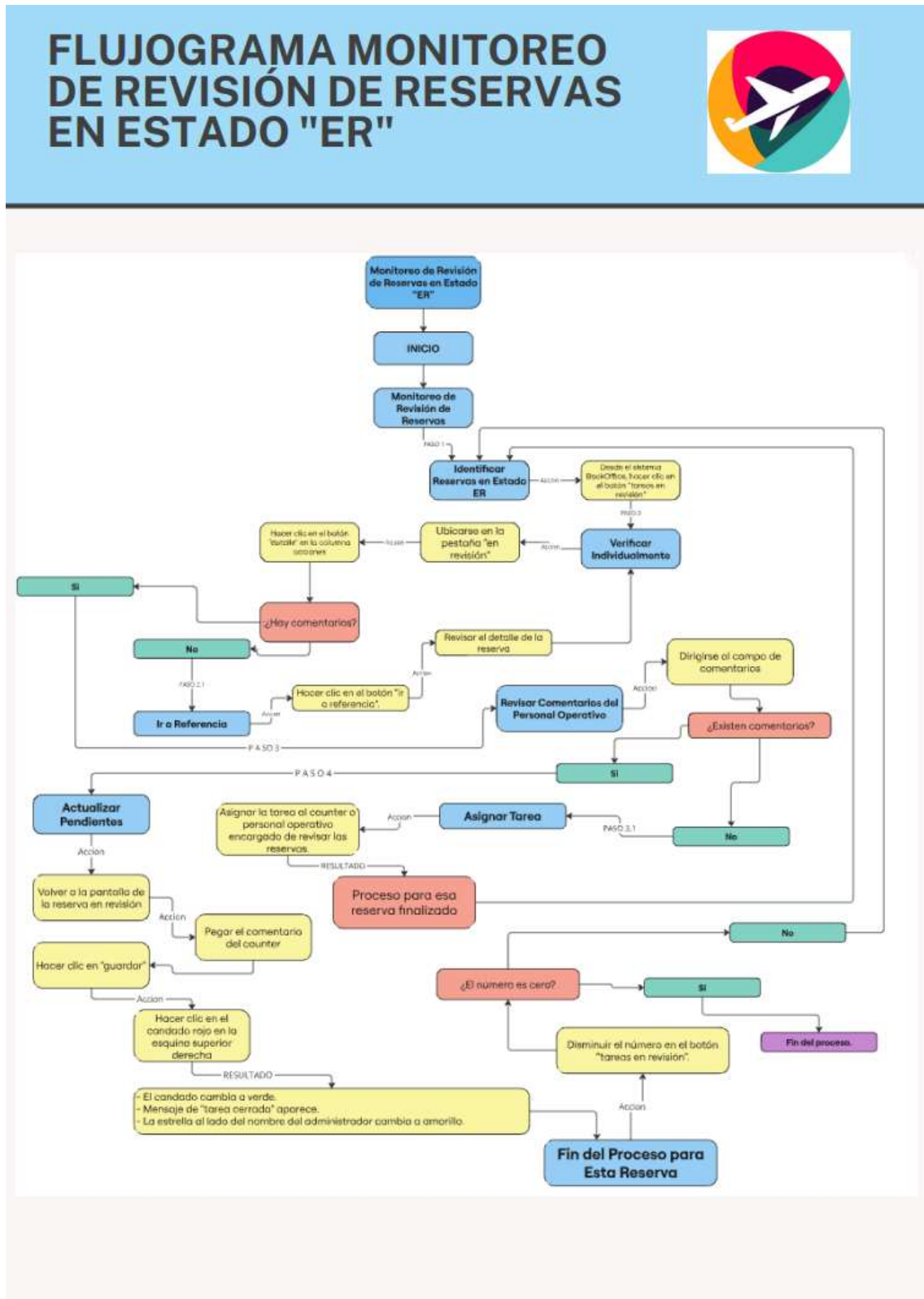
Anexo C

Flujograma de Gestión de Reservas Individuales



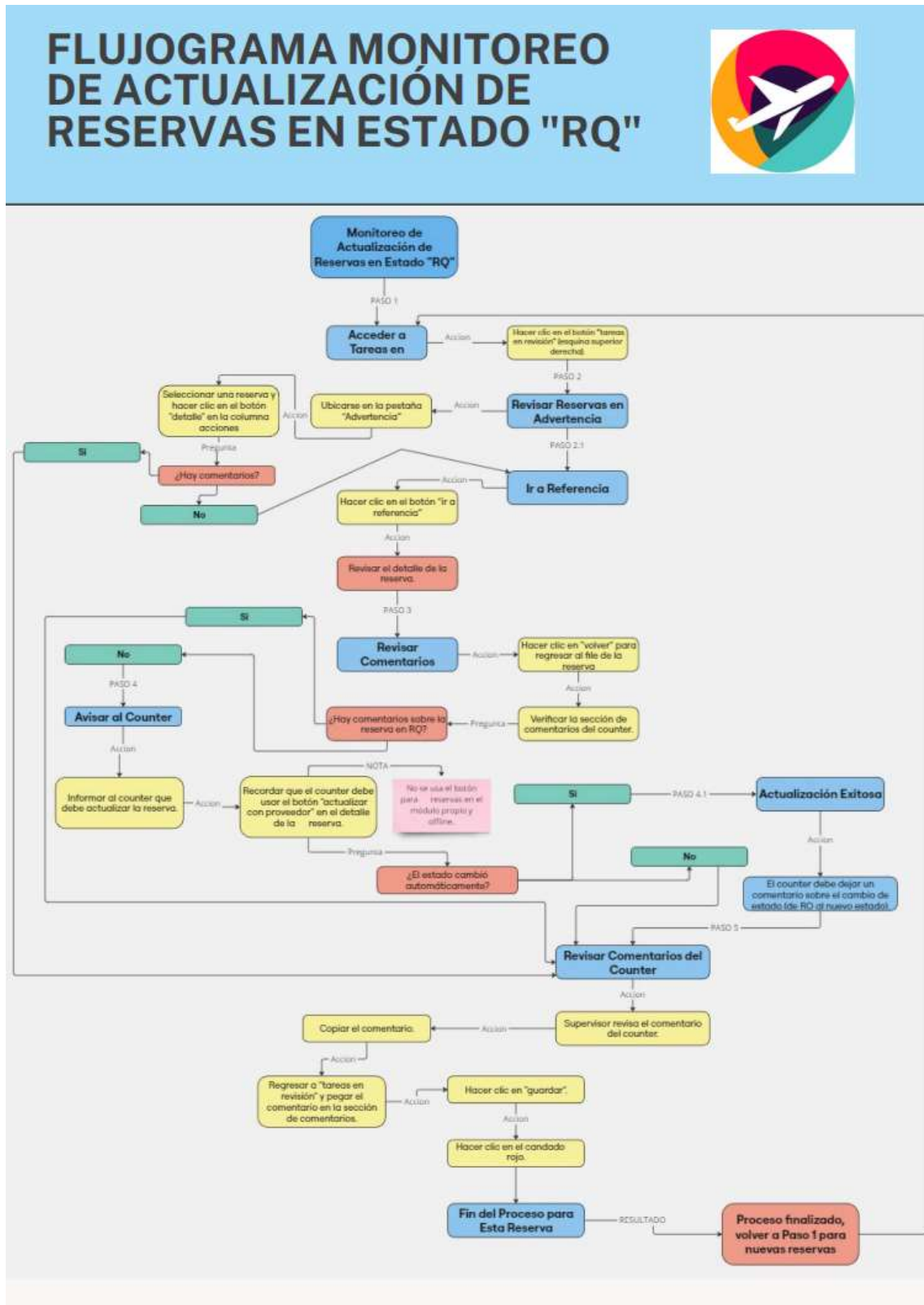
Anexo D

Flujograma del Procedimiento para Reservas en Estado “En Revisión” (ER)



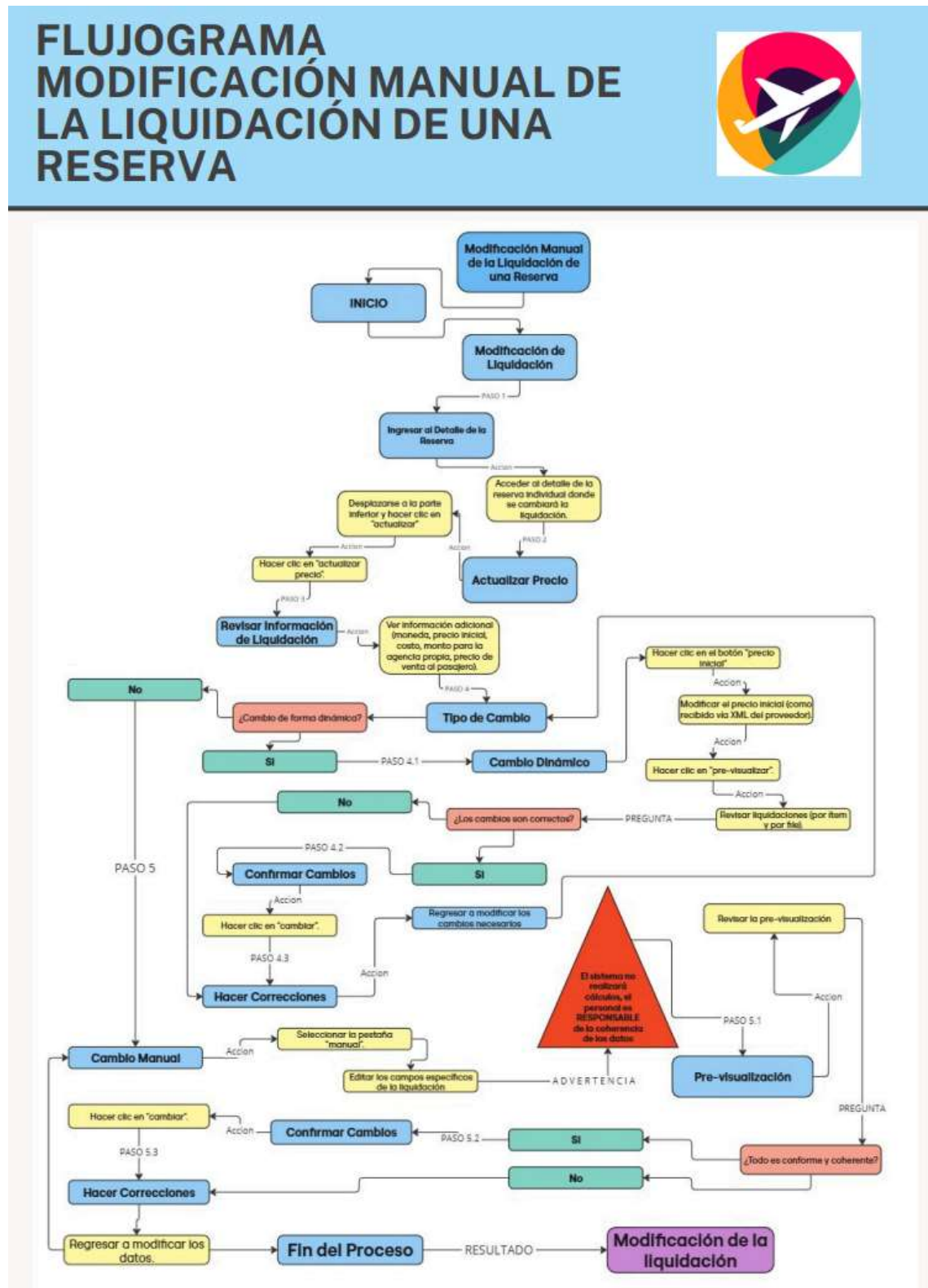
Anexo E

Flujograma de Monitoreo de Actualización de Reservas en Estado "RQ"



Anexo F

Flujograma de Modificación Manual de la Liquidación de una Reserva



Anexo G

Flujograma de Registro y Gestión de Pagos de Reservas en el Sistema



Anexo H

Flujograma de Generación de Órdenes de Pago como Descuento

