

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO DE NATURALEZA PARA AGENCIAS Y OPERADORES

Publicación del Proyecto “Fortalecimiento de la competitividad de la Cadena de Valor del Turismo de la Región San Martín, incorporando productos turísticos de naturaleza con valor agregado en los destinos turísticos Tarapoto y Alto Mayo”, implementado por la Cámara Nacional de Turismo - CANATUR, en el marco del Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza - SECO y facilitado por Helvetas Swiss Intercooperation – PERÚ. Ha sido desarrollada y validada por los empresarios turísticos e instituciones que integran los Comités de Gestión de Destino Alto Mayo y Tarapoto.



Director del Proyecto:

Carlos Fernando Canales Anchorena

Coordinador General del Proyecto:

Nancy Ramos Núñez

Equipo Técnico:

Lina María Trujillo Ríos, Sub Coordinadora

Angie Valle, Administradora

© Cámara Nacional de Turismo del Perú - CANATUR

Av. Paseo de la República 6348, Miraflores - Lima -Perú. www.canaturperu.org

Carlos Fernando Canales Anchorena, Presidente

Carlos M. Loayza Camarena, Gerente General

© Helvetas Swiss Intercooperation – PERU - Programa SeCompetitivo

Av. Ricardo Palma N° 857, Miraflores- Lima 18- Perú. www.helvetas.org/es/peru

Luis Rosa-Pérez Tuesta, Director Nacional

Iván Mifflin Bresciani, Coordinador Nacional de Cadenas de Valor

Fabiola Panduro Barreto, Asesora de Seguimiento, Monitoreo y Gestión del Conocimiento

José Enrique Delgado Mesía, Coordinador Regional de San Martín

© Cooperación Suiza-SECO

Av. Salaverry 3240, San Isidro, Lima 27. Lima 27, Perú. www.cooperacionsuiza.pe/seco

Alain Bühlmann, Director de la Cooperación Suiza-SECO

Mauricio Chiaravalli Vegas, Director Adjunto de la Cooperación Suiza-SECO

Romina Cruz Valencia, Especialista en Comunicaciones

© Gobierno Regional de San Martín – Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín

Jr. San Martín 301 – Moyobamba – San Martín. www.visitasanmartin.pe

Pedro Bogarín Vargas, Gobernador Regional de San Martín

Milner García Abad, Director Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín

Redacción y diseño comunicativo: Claudia Olivares Seminario

Asistencia Metodológica: Luis Bretel

Diagramación: Jorge S. Tipa Pinedo

San Martín, agosto de 2022

Esta publicación se ha realizado con apoyo del Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza-SECO. Se autoriza la reproducción total o parcial siempre y cuando se mencione la fuente. Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Contenido

INTRODUCCIÓN: Turismo de Naturaleza y buenas prácticas

COMO USAR ESTE MANUAL

SECCIÓN 1: AUTO EVALUACIÓN

SECCIÓN 2: BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

Enfoque al cliente

Gestión de la calidad

Control, seguimiento y mejora de la calidad

SECCIÓN 3: BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO

Atención al cliente

Captación del cliente

Información y asesoría

Venta del servicio

Buenas prácticas en la operación

Consideraciones generales

Guiados / Visitas turísticas

Tours de aventura

SECCIÓN 4: BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Sostenibilidad Ambiental

Sostenibilidad Social

SECCIÓN 5: ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Turismo de naturaleza y buenas prácticas

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo porque permite la integración armónica de factores sociales, culturales, económicos y ambientales para beneficio de los pueblos.

En los últimos años el turismo en la región San Martín se transformó en uno de los principales promotores de su crecimiento económico. Sin embargo, tras la emergencia sanitaria a nivel mundial por el COVID-19, también es uno de los sectores que necesita trabajar más en su recuperación.

En 2020, la Organización Mundial del Turismo resaltó la importancia de que el sector siga trabajando en la diversificación de productos, la formación y capacitación de los prestadores de servicios, la sostenibilidad de la actividad y la conexión con nuevos mercados, a partir de los cambios que se van a presentar en el perfil del nuevo turista posterior a la pandemia.

En este sentido, entre los tipos de turismo con mayor potencial para el desarrollo turístico se destaca el **turismo de naturaleza**, y esto es especialmente relevante en la Región san Martín dado los recursos naturales con que cuenta.



El turismo de naturaleza ofrece viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las culturas propias de cada lugar, con una actitud comprometida en conocer, respetar, disfrutar y participar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Consolidar este enfoque en la región es relevante ya que puede contribuir en el cuidado del medio ambiente, además de cumplir con una función social importante a través de la interacción con las comunidades vinculadas a los atractivos naturales y la posibilidad de incluirlas en la cadena de valor. Así mismo, puede además abrir la posibilidad de acceder a un mercado creciente que valora esta propuesta que está vinculada a criterios de sostenibilidad y está dispuesta a pagar más por ella. Como también a mercados más especializados que están ya acostumbrados a estos estándares.

¿Qué son las buenas prácticas y para qué implementarlas?

Actualmente, cualquier negocio de turismo debe responder a un consumidor cada vez más exigente, con más poder sobre su reputación a través de las redes sociales y con nuevos intereses. Esto implica que los servicios turísticos deban continuamente trabajar sobre la calidad y que deben responder a las necesidades de turistas nacionales y extranjeros.

Una buena práctica se define como "buena" porque es una práctica, acción o proceso que se ha demostrado que funciona bien y produce buenos resultados, y, por lo tanto, se recomienda como modelo.

Por esta razón, a través del Proyecto "Fortalecimiento de la competitividad de la Cadena de Valor del Turismo de la región San Martín incorporando productos turísticos de naturaleza con valor agregado en los destinos turísticos de Tarapoto y Alto Mayo", ejecutado por la CANATUR en marco del Programa SeCompetitivo, iniciativa de la Cooperación Suiza SECO y facilitado por HELVETAS Perú, ponemos a disposición de los pequeños y medianos empresarios este *Manual de Buenas Prácticas en Turismo de Naturaleza para Agencias de Viaje y Turismo* con el objetivo de lograr que se adopten prácticas sencillas y efectivas que guarden relación con el contexto propio y particular de la región. Éstas permitirán mejorar la prestación los servicios, estar comprometidos con la calidad, orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible y, por lo tanto, generar condiciones que propicien mejores resultados económicos y una mayor competitividad.



COMO USAR ESTE MANUAL

Este **"Manual de Buenas Prácticas en Turismo de Naturaleza para Agencias y Operadores"** contiene información que le ayudará a evaluar, planificar e implementar criterios de calidad en su empresa, de manera profesional, responsable y enfocado en la sostenibilidad, alineándose a los estándares de nuevos mercados en crecimiento, algunos de ellos especializados y con mucho potencial para la región.

La guía se divide en cinco secciones.



1 AUTO-EVALUACIÓN

Usted encontrará una encuesta de auto-evaluación con criterios de buenas prácticas que invitamos a que responda para que pueda tener un panorama de partida que le muestre en qué aspectos su empresa se encuentra bien y en qué otros tienen una oportunidad de mejora.

De ésta manera, usted podrá leer el manual enfocándose en los puntos más bajos ya que hay una correspondencia en la estructura de la encuesta y la del desarrollo del contenido.



2 BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

En esta sección se desarrollará el contenido correspondiente a cómo orientar sus servicios a la satisfacción del cliente y la calidad. Es decir, cuáles son los criterios fundamentales que debe tener en cuenta un dueño de negocio o el administrador para diseñar un proceso de implementación de buenas prácticas.



3 BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN OPERATIVA

En esta sección se desarrollará el contenido relacionado a las buenas prácticas en todos los procesos operativos, áreas y funciones relacionados al rubro de negocio.



4 BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SOSTENIBILIDAD

En esta sección se desarrollará el contenido relacionado a las prácticas que pueden ser implementadas desde una mirada de sostenibilidad, con criterios ambientales y sociales, entendiendo que son éstos los que diferencian la línea de turismo de naturaleza.



5 ANEXOS

En esta sección se brindarán algunos formatos y modelos que se consideren pertinentes para facilitar la implementación de las buenas prácticas desarrolladas en el manual.

Adicionalmente, cada una de estas secciones se ha diseñado de tal manera que contenga toda la información que el decisor y/o ejecutor de la implementación de las buenas prácticas necesite para facilitar, no solo la lectura, sino el desarrollo del proceso. Por ejemplo, que no tenga que consultar la parte de glosario de términos al final, sino que todo se resuelva en la sección. De esta manera toda la información está siempre "a la mano" para guiar la implementación. Así que cada sección tendrá los siguientes elementos:



Íconos que resalten ideas de importantes.



Íconos que resalten terminología importante de tomar en consideración.



Íconos que resalten los puntos que se conectan a un formato específico que se adjunta en la sección de Anexos.

SECCIÓN
01

AUTO EVALUACIÓN

- Para poder hacer un balance de su gestión usted deberá anotar un valor entre 0 y 5.
- 0 si ese criterio no lo tiene en cuenta o no lo tiene implementado y 5 si considera que está excelentemente cubierto.
- Cualquiera de los valores intermedios, entre 1 y 4, indicarán el nivel en el que consideres que esté implementada esta práctica.
- Al final de cada cuadro, hay una fila en blanco con la mención de TOTAL para que usted pueda hacer la sumatoria de ese bloque.
- Al final de toda la evaluación, encontrará un cuadro con los criterios para realizar la auto evaluación de los puntajes totales obtenidos y determinar las secciones que se le recomienda leer para mejorar sus prácticas o implementar las que sean necesarias.



BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

ENFOQUE AL CLIENTE	
Tengo maneras para conocer a mis clientes, sus gustos y preferencias.	
Antes de que lleguen a mi establecimiento, sé cuáles son las necesidades de mis clientes.	
Total	

GESTIÓN DE CALIDAD	
sostenibilidad, alineándose a los estándares de nuevos mercados en crecimiento, algunos de ellos especializados y con mucho potencial para la región.	
El personal y la administración, conocen y están comprometidos con la misión y visión de mi empresa.	
Conozco cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de mi establecimiento.	
El personal y la administración, conocen y cumplen fielmente con el sistema de trabajo que se ha desarrollado en el establecimiento.	
Tenemos manuales de procedimientos por áreas y/o tareas.	
Contamos con documentos de Gestión de Riesgos.	
El personal y la administración, están comprometidos con mantener la calidad del servicio y, si es necesario, corregir las causas de un mal servicio.	
El personal y la administración saben cómo responder a los clientes y compañeros de trabajo para mantener una comunicación fluida.	
Reconocemos el buen desempeño del personal y brindamos facilidades para que mejoren (estudios, capacitaciones, etc.).	
Total	



CONTROL, SEGUIMIENTO Y MEJORA DE LA CALIDAD	
Mantenemos uniformidad en el servicio que brindamos.	
Tenemos formas de aplicar acciones correctivas para eliminar las causas de las malas prácticas o errores en el servicio.	
Documentamos los procesos de mejora continua para que sean incorporados en los procedimientos de la empresa y sean parte de la capacitación continua al personal.	
Hacemos seguimiento y medición de la satisfacción del cliente para mejorar el desempeño de la organización.	
Atendemos y tenemos un sistema de tratamiento de quejas y reclamos.	
Hacemos seguimiento a nuestros clientes, antes, durante y después del servicio.	
Total	

CUADRO RESUMEN PARA EVALUAR LOS PUNTAJES OBTENIDOS

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD	Puntaje Obtenido
ENFOQUE AL CLIENTE (Página 11)	
Si tiene entre 5 y 8 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 5 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
GESTIÓN DE CALIDAD (Página 11)	
Si tiene entre 20 y 32 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 20 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
CONTROL, SEGUIMIENTO Y MEJORA DE LA CALIDAD (Página 12)	
Si tiene entre 12 y 20 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 12 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO

ATENCIÓN AL CLIENTE	
Capacitación del cliente:	
Cuenta con su propia estrategia para llegar al cliente; la estrategia es una combinación de medios: Internet (redes sociales propias, anuncios pagados, entre otros), publicidad en medios (televisión, revistas, periódicos, entre otros), mailing o correos electrónicos informativos, workshops y ferias de turismo, manuales o catálogos de ventas.	
Cuenta con una base de datos de clientes.	
Se registran todas las comunicaciones escritas y/o telefónicas con los clientes para hacer seguimiento.	
Cuenta con página web actualizada, de fácil navegación, con buenas fotografías y/o videos.	
Se cuenta con una política de mejora e innovación constante para los productos turísticos que se ofertan según las tendencias y preferencias de los clientes.	
Total	
Información y asesoría:	
Intentamos escuchar al cliente para poder atenderlo diseñando lo que solicita o personalizando el servicio.	
Ofrecemos experiencias que se diferencian.	
Capacitamos periódicamente a nuestro personal para que tengan capacidades adecuadas para atender a los clientes y la información actualizada y detallada.	
Brindamos respuestas oportunas y rápidas a los requerimientos de los clientes.	
Contamos con todas las especificaciones de cada producto o experiencia que se oferta.	
Total	

Venta del servicio:	
Contamos con una política clara del servicio que le ofrezca respaldo al cliente y de anulación de viaje que explique las responsabilidades que el cliente deberá asumir en caso desista de los servicios.	
Estamos afiliados a las principales tarjetas de crédito y contamos con sistemas de pago en línea.	
Tenemos cuenta bancaria en soles y dólares para dar facilidades a los clientes.	
Tenemos un sistema de gestión interno para administrar adecuadamente la facturación.	
Total	

OPERACIÓN	
General:	
Trabajamos con guías formales según las distintas categorías disponibles (guía, licenciado u orientador) o se tiene una política de capacitación y apoyo para que el personal se formalice.	
Se hace un control del desarrollo de las actividades y de los impactos en zonas naturales desde las oficinas operativas.	
Se tienen códigos de conducta para los guías y se comunican criterios también para los turistas.	
Se capacita al personal de acuerdo al rol que desempeña; cada puesto tendrá diferentes criterios.	
Tenemos guías o personal preparado en brindar primeros auxilios.	
Nuestro personal usa uniforme, credenciales o identificaciones para la atención de sus turistas.	
Cuidamos la puntualidad en nuestros servicios.	
Salimos a los tours con implementos de primeros auxilios.	
Total	

Guiados / Visitas turísticas:	
Se realizan las coordinaciones necesarias previo a la salida: coordinar con la agencia el punto de encuentro, cantidad de turistas y sus datos completos, dinero o entradas para los lugares de visita, itinerario.	
Siempre se verifica la limpieza del transporte y que cuente con implementos de seguridad.	
Durante el guiado o visita, damos información al inicio sobre el recorrido y tiempo estimado.	
Al finalizar el guiado o visita, verificamos que no quede ningún objeto personal en el transporte.	
Los guías informan con veracidad y responsabilidad a los turistas, de acuerdo a trabajos de investigación actualizados, fuentes históricas, arqueológicas, antropológicas y sociológicas sobre el lugar, de forma clara, amena y precisa.	
Los guías resuelven cualquier duda o pregunta que se presente. Si no conocen algo con certeza, lo mencionan.	
Los guías tratan a todos los pasajeros como casos particulares, brindando atención personalizada a cada uno de ellos en todo momento.	
Los guías asisten al turista en todo momento para cualquier asunto que surja durante el servicio (traducción del idioma, compra de recuerdos o artesanías, cambio de billetes o monedas, entre otros).	
Total	

Tours de aventura:	
Solo operamos las modalidades de turismo de aventura y en los lugares que los gobiernos regionales han autorizado previamente mediante Resolución Directoral.	
Tenemos certificado de autorización de la Dircetur San Martín o, si la actividad es tercerizada, se verifica que la empresa cuente con las autorizaciones correspondientes.	
Contamos con equipos acreditados que cumplen las especificaciones técnicas necesarias que aprueba el Viceministro de Turismo o acreditadas por el fabricante de los equipos.	
Nuestros guías cuentan con un Certificado de Competencias Laborales o con una experiencia mínima de 3 años.	
Nuestros guías están capacitados en primeros auxilios y contamos con el equipamiento mínimo para brindar asistencia.	
Contamos con la documentación mínima que especifican los procesos para garantizar la seguridad durante la práctica de las actividades de aventura: Manual Interno de Operación, Programa de Manejo de Riesgos y Atención de Emergencias, Programa de Mantenimiento de Equipos.	
Brindamos charla informativa al turista y hacemos que se suscriban los formatos de aceptación de riesgos.	
Total	

CUADRO RESUMEN PARA EVALUAR LOS PUNTAJES OBTENIDOS

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO	Puntaje Obtenido
ATENCIÓN AL CLIENTE: CAPTACIÓN DEL CLIENTE (Página 14)	
Si tiene entre 12 y 20 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 12 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
ATENCIÓN AL CLIENTE: INFORMACIÓN Y ASESORÍA (Página 14)	
Si tiene entre 12 y 20 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 12 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
ATENCIÓN AL CLIENTE: VENTA DEL SERVICIO (Página 15)	
Si tiene entre 10 y 16 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 10 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
OPERACIÓN: GENERAL (Página 15)	
Si tiene entre 20 y 32 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 20 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
OPERACIÓN: GUIADOS Y VISITAS TURÍSTICAS (Página 16)	
Si tiene entre 20 y 32 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 20 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
OPERACIÓN: TOURS DE AVENTURA (Página 17)	
Si tiene entre 17 y 28 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 17 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SOSTENIBILIDAD

AMBIENTALES	
Cuidado del agua y la energía:	
En caso de campamentos, no botamos el agua sucia en los ríos y lagos, sino en zonas pedregosas, sin vegetación, arenosas o hacer un pequeño hoyo (luego cubrirlo).	
En oficinas, se utilizan sistemas de alumbrado de bajo consumo, como luces led.	
En oficinas, Se tiene una política de ahorro de energía con consideraciones como apagar los aparatos eléctricos y desenchufarlos.	
Total	
Basura / Manejo de residuos sólidos:	
Llevamos siempre una bolsa para recoger los residuos en caso de no haber tachos en los lugares visitados. De lo contrario, se dan instrucciones al turista sobre la disposición de la basura, dando preferencia al uso de tachos que clasifiquen los residuos.	
Incentivamos a que los turistas desechen las pilas en los depósitos especiales acondicionados para ello.	
Si se acampa en algún tour o ruta, dejamos el espacio más limpio de lo que se encontró.	
Recomendamos a los turistas que usen cantimploras o termos que puedan rellenarse con agua. Evitamos las botellas plásticas.	
Usamos mochilas o bolsas de tela o equipo especial impermeable para llevar lo necesario a los tours. Evitamos usar bolsas plásticas.	
Usamos envases reusables o biodegradables para llevar lunch box.	
Total	

Áreas Naturales Protegidas y diversidad:	
Nos informamos adecuadamente sobre el sitio visitado. Conocemos las regulaciones ambientales, incluyendo el número máximo de visitantes por grupo, en especial en Áreas Naturales Protegidas (ANP).	
No trabajamos con lugares que tengan especies en cautiverio, a menos que se trate de un proyecto de rehabilitación o reinserción.	
Respetamos y hacemos respetar los senderos de guiado.	
Respetamos y hacemos respetar la flora y fauna. No permitimos que los turistas ingresen o se lleven especies de flora o fauna, en especial en áreas naturales protegidas.	
Si se acampa en algún tour o ruta, escogemos lugares ya definidos, zonas con buena vista, agua accesible y protegida de lluvia, vientos y animales.	
Evitamos ruidos innecesarios. No usamos equipos de sonido.	
Cuidamos que los turistas no perturben a la fauna silvestre.	
Total	
Compra de productos / proveedores:	
Preferimos proveedores con algún tipo de certificación ambiental; de lo contrario, evaluamos su manejo ambiental.	
No usamos o se minimizamos el uso de productos nocivos para el medio ambiente, priorizando los biodegradables o eco amigables, sea en oficinas como en salidas.	
Total	

SOCIALES	
Damos preferencia al uso y consumo de productos locales.	
Contratamos personal local, de las comunidades locales.	
Promueve y/o ofrece información sobre cultura y tradiciones locales, tours o experiencias relacionadas.	
Tenemos y/o brindamos información sobre los programas de defensa de la niñez, contra la explotación sexual, tráfico de especies, entre otros.	
La empresa realiza acciones de responsabilidad social y ambiental.	
Promovemos una sana interacción de los turistas con las poblaciones nativas y locales. Por ejemplo, promoviendo la compra de artesanía local ya que pone en valor la cultura local.	
Total	
Protocolos Sanitarios	
Se tiene un Plan para la vigilancia, prevención y control de salud de los trabajadores para Sars-Cov-2 actualizado y registrado en MINSA.	
Cuenta con alguna certificación de respaldo sanitario como Safe Travel u otra.	
Se usan medios digitales para algunos procesos con el fin de evitar contaminación indirecta con papeles, lapiceros, etc.	
El personal cuenta con sus dosis de vacunación completa, de acuerdo a ley.	
Se respetan los distanciamientos y aforos.	
Total	

CUADRO RESUMEN PARA EVALUAR LOS PUNTAJES OBTENIDOS

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SOSTENIBILIDAD	Puntaje Obtenido
AMBIENTALES: CUIDADO DEL AGUA Y ENERGÍA (Página 19)	
Si tiene entre 7 y 12 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 7 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
AMBIENTALES: BASURA / MANEJO DE RESIDUOS (Página 19)	
Si tiene entre 15 y 24 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 15 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
AMBIENTALES: AREAS NATURALES Y DIVERSIDAD (Página 20)	
Si tiene entre 17 y 28 , este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 17 , este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
AMBIENTALES: COMPRA DE INSUMOS / PROVEEDORES (Página 20)	
Si tiene entre 5 y 8, este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 5, este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
SOCIALES: GENERAL (Página 21)	
Si tiene entre 15 y 24, este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 15, este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	
SOCIALES: PROTOCOLOS SANITARIOS (Página 21)	
Si tiene entre 12 y 20, este bloque de criterios está en proceso de logro en su negocio. Recomendamos revisar el contenido correspondiente para que pueda implementar las mejoras necesarias. Si tiene menos de 12, este punto es crítico en su negocio. Revise el contenido correspondiente.	

SECCIÓN
02

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD



1. ENFOQUE AL CLIENTE

¿Qué es la calidad?

Es el conjunto de características de un servicio que le dan la capacidad para satisfacer las necesidades de un cliente.

Para lograr brindar servicios de calidad es necesario contar con tres elementos claves:

- Conocer quién es tu cliente
- Conocer sus necesidades
- Aptitud de servicio para satisfacer esas necesidades



APTITUD:

Es la capacidad, adquirida o natural, de una persona para realizar adecuadamente cierta actividad, función o servicio.

¿Quiénes son nuestros clientes y qué buscan?

Un cliente es cualquier persona que tiene una necesidad y busca satisfacerla a través de servicios por los cuáles está dispuesto a pagar. En el contexto del turismo, el cliente es el turista.

Un negocio no existe sin los clientes por eso hay que conocerlos para saber qué esperan del servicio que buscan y para eso es neces-

rio tener definidos quiénes son y así dirigir los esfuerzos de su agencia hacia ello.

Hay tendencias que hablan sobre lo que, en términos generales, podría denominarse como el **perfil del turista actual**:

- **Es impaciente.** Las nuevas tecnologías, así como la agilidad en los procesos de comercialización, han creado la necesidad de respuestas inmediatas y precisas a la demanda del consumidor.
- **Busca experiencias.** La presión, la vida rutinaria en las grandes urbes, con su uniformización, genera la necesidad de nuevas experiencias que enriquezcan el bagaje cultural del cliente-turista. La incorporación de criterios de solidaridad, sostenibilidad, etc. a la conciencia colectiva han motivado, también, que el turista actual busque vivir experiencias innovadoras, diferentes y que promuevan estos mismos valores.
- **Está bien informado y es exigente.** El viajero actual acepta menos la dinámica tradicional de un viaje organizado, en tanto que confía más en su propio criterio ya que tienen mucha información disponible gracias al Internet.
- **Busca una buena relación calidad/precio.** Selecciona la calidad y el precio de los servicios que va a recibir y está dispuesto a pagar más por la incorporación de valores



- intangibles a su experiencia de viaje.
- **Espera que lo atiendan como si fuera el único cliente.** No le importa el hecho de no recibir exactamente lo que quiere, si se encuentra con una persona dispuesta a escucharlo y proponerle otras alternativas a una dificultad.



La calidad adquiere en el turismo de hoy en día un valor absolutamente relevante, por lo que existe una preocupación del sector y un proceso acelerado en la aplicación de sistemas de calidad. Según las referencias del World Travel Monitor las previsiones de la evolución futura del consumidor turístico se pueden resumir en:

- Aumento continuo de la preocupación en seguridad.
- Períodos vacacionales más cortos y más frecuentes, con menos descansos cortos / fin de semana, de una a tres noches de duración.
- Cambios hacia turismo doméstico o regional.
- Retraso en la formulación de reserva e incremento del uso Internet.
- Aumento de la demanda de paquetes parciales o a la medida, sobre los paquetes tradicionales.
- Mayor interés en vacaciones que ofrezcan una experiencia, sobre el destino o producto.

- **Demanda de vacaciones como vivencia de experiencias, incluyendo inmersión en la cultura local y proximidad a la naturaleza.**
- **Productos novedosos y alojamiento no convencional.**

¿Cómo puedo conocer mejor a mis clientes?

Una forma de conocer a su cliente, es estableciendo comunicación directa mientras tiene contacto con éste al usar sus servicios o creando herramientas para obtener información sobre su experiencia y sobre sus expectativas (ver pág. 37). Esto lo ayudará a conocer que esperan sus clientes y así poder preparar paquetes o actividades que calcen con lo que buscan.

También puede investigar en algunas páginas que ofrecen información sobre tendencias de mercado en turismo, perfiles de turistas, entre otros. A nivel nacional, PromPerú tiene un área de investigación en estos temas: <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/>. Sin embargo, lo más cercano a su negocio siempre serán sus propios clientes.

TURISTA:

Es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.



2. GESTIÓN DE LA CALIDAD

Formalidad, un paso fundamental en la calidad

Tener su negocio formalizado es OBLIGATORIO ya que la denominación de “Agencia de Viajes y Turismo” y el uso del distintivo aprobado por el MINCETUR solo pueden ser usados por las personas naturales o jurídicas que se encuentren inscritas en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

Lo primero es obtener un número de RUC (Sunat) y una Licencia de Funcionamiento (Municipalidad). Luego, deberás presentar la Solicitud de Inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, adjuntando la Declaración Jurada (según el Formato aprobado por el Viceministerio de Turismo –  Anexo 5.1) en el que se deje constancia del cumplimiento de los requisitos mínimos.

Las CONDICIONES MÍNIMAS para brindar servicios como Agencias de Viaje y Turismo, son:

1. Contar con una oficina, que deberá reunir las características siguientes:
 - Contar con un local de libre acceso al

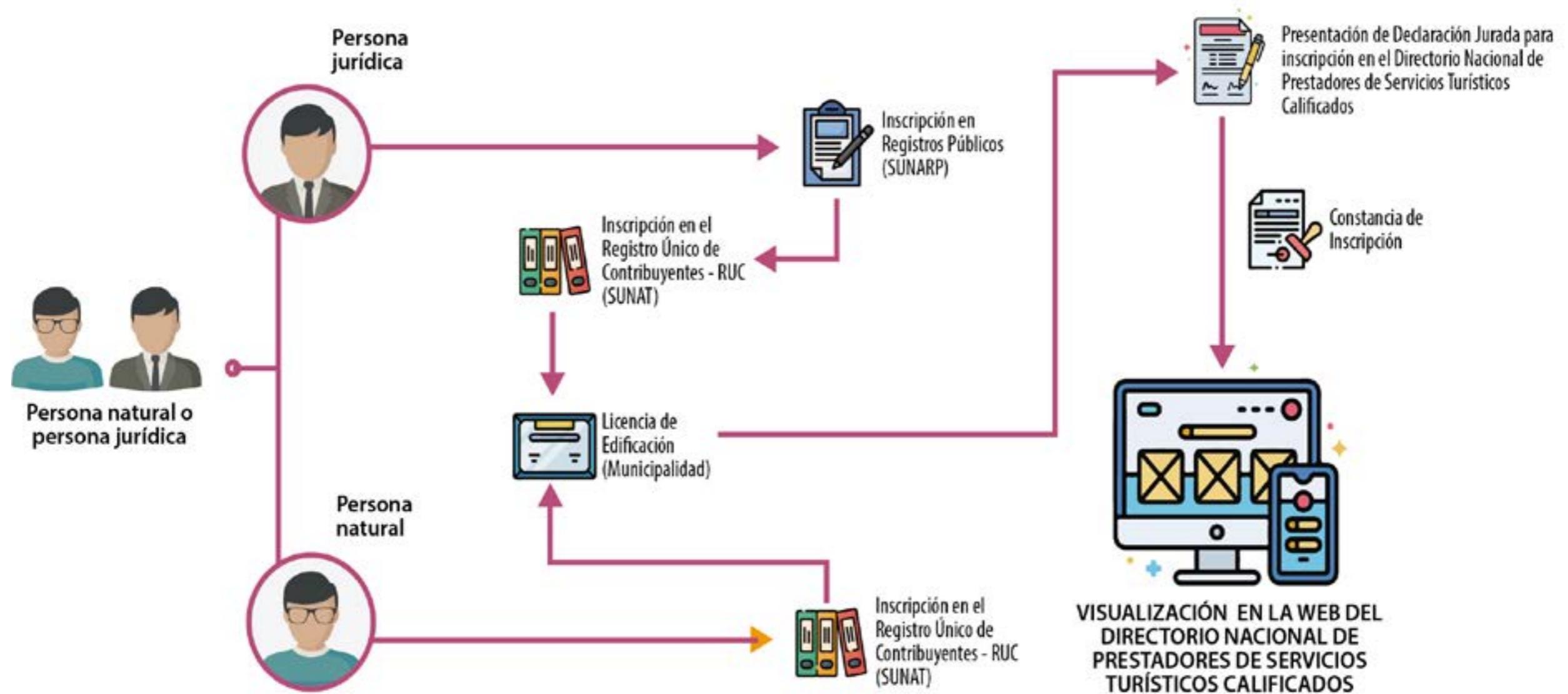
público, apropiado para atender al turista y dedicado a prestar el servicio de Agencia de Viajes y Turismo.

- Estar independizados de los locales de negocio colindantes;
 - Contar con el siguiente equipamiento: computadora, conexión a internet y correo electrónico, teléfono, impresora y escáner.
2. Contar con personal calificado para atender al público cuya formación, capacitación o experiencia será acreditada, y adicionalmente presentar un Certificado o Constancia de haber llevado por lo menos un curso de técnicas de atención al cliente.



Estar formalizado trae también otros **BENEFICIOS** como poder presentar tus servicios a través de las plataformas del MINCETUR y tener acceso a capacitaciones gratuitas, así como a fondos de financiamiento concursables reembolsables y no reembolsables, tales como FAE Turismo y Turismo Emprende.

El proceso para ser formal se realiza de la siguiente manera:



CANALES DIGITALES



CANALES DIGITALES:

Son las herramientas del entorno digital cuyo acceso es posible a través de Internet, que materializan la presencia en línea de la agencia de viajes y turismo, las cuales comprenden: página web, redes sociales, correo electrónico y las aplicaciones móviles.

La persona titular de la agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, debe presentar ante la DIRCETUR dentro de plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, una **Declaración Jurada de cumplimiento de las CONDICIONES MÍNIMAS** (📄 Anexo 5.2) señaladas en el DS 005-2020 Reglamento de Agencias de Viaje y Turismo:

1. Ser propietario, licenciatarario o administrador de canales digitales, los cuales deben incluir los contenidos mínimos siguientes:
 - Número de teléfono, dirección y datos de contacto de la agencia de viajes y turismo y correo electrónico, las cuales pueden ser utilizados para asistir y/o atender y/o asesorar al consumidor.
 - Número de RUC.

- Razón social o nombres y apellidos, según corresponda.
- Nombre comercial.
- Política de Protección de Datos Personales.
- Términos y Condiciones de Uso del canal digital, lo que incluye, entre otros aspectos, las políticas de cobro, cancelación y reembolso.
- Constancia de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.
- Versión digital del afiche ESNNA (📄 Anexo 5.3)

2. El contenido detallado en el literal precedente debe publicarse en los canales digitales empleando un lenguaje claro, sencillo y transparente. Además, debe estar dispuesto de manera que el acceso a los mismos desde la página de inicio del canal digital sea asequible.
3. Implementar las siguientes medidas mínimas en los canales digitales:
 - Medidas de seguridad y diligencia debida en la interfaz para compras en línea, lo que incluye las herramientas empleadas para procesar los pagos.

- Las medidas de seguridad técnicas son aquellas que se aplican sobre los propios sistemas de información para minimizar las posibilidades de amenazas que puedan poner en riesgo los derechos y libertades de los titulares de los datos.

Definir su negocio

Recuerde que lo que usted vende no son únicamente destinos, paquetes o tours: detrás siempre se esconde la experiencia. Por eso, es importante que se defina lo que quiere transmitir y también lo que lo hace único, diferenciándose con la competencia. En este sentido, definir la misión y la visión de la empresa es importante. A nivel administrativo, también ayudará a orientar sus decisiones financieras.



AGENCIA DE VIAJE Y TURISMO:

Es una persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, producción, promoción, organización y venta de servicios turísticos, para los que puede usar medios propios o contratados para la prestación de los mismos. Éstas pueden desarrollar actividades que correspondan a una o más de las clasificaciones indicadas:

MINORISTA: Ofrece y vende directamente al turista paquetes turísticos organizados y servicios turísticos no organizados, aunque no los opera.

MAYORISTA: Proyecta, elabora, diseña, contrata y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquetes turísticos y viajes para ser ofrecidos por otras agencias de viajes y turismo, no pudiendo ofrecerlos ni venderlos directamente al turista.



OPERADOR DE TURISMO: Proyecta, elabora, diseña, contrata, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viajes y turismo del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

TURISMO DE AVENTURA:

Esta modalidad tiene regulaciones específicas (ver pág. 44 "Tours de aventura") y se refiere a la actividad realizada por los turistas para explorar experiencias en espacios naturales o escenarios al aire libre, que implican un cierto grado de riesgo, así como destreza y esfuerzo físico.

LA MISIÓN	LA VISIÓN
¿Quiénes somos? ¿Qué queremos lograr?	¿Qué queremos ser en el futuro? ¿Cuáles son mis metas a largo plazo?
<ul style="list-style-type: none"> • Es un enunciado que expresa la identidad de la empresa, "su razón de ser". • Es lo que usted está en posibilidad de ofrecer como experiencia a sus clientes. • Expresa su posición en el mercado, el rol de su establecimiento dentro de la comunidad y sus ventajas competitivas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es el estado que desea alcanzar en el futuro. • Se expresa de manera positiva y debe proyectarse en el tiempo, a largo plazo. • Es importante mencionar la manera como la empresa se relaciona con su entorno, sea este social, cultural o medio ambiental.

Diferenciarse de la competencia también pasa poder definir el enfoque del negocio, especializándose tal vez en un tipo de cliente o en un nicho de mercado que tiene necesidades específicas, como por ejemplo, los observadores de aves, los turistas que buscan aventura o bienestar, entre otros.

NICHO DE MERCADO:

Es un pequeño segmento de un segmento del mercado más grande, es decir, un grupo muy pequeño de consumidores que comparten varios gustos y características. El nicho se enfoca en grupos inexplorados o poco conocidos.



Es importante también desarrollar un diagnóstico FODA, para poder determinar la situación real del servicio que se viene brindando y así poder formular estrategias de acción para mejorar el servicio, alineadas a la calidad.

Fortalezas
Puntos fuertes, capacidades, recursos y ventajas de una empresa.

Oportunidades
Factores del entorno que son positivos y favorables para la empresa.

Debilidades
Puntos débiles y aspectos desfavorables de una empresa.

Amenazas
Factores del entorno que ponen en peligro a la empresa.



¿Cómo implementamos acciones orientadas a la calidad?

La gestión de la calidad significa dirigir todas las actividades, sin importar quien las ejecute, hacia el objetivo de lograr satisfacer las necesidades del cliente. Para ello es también necesario diseñar claramente las diferentes acciones y áreas que son parte de todo el servicio.



La manera en que un negocio se organiza y la forma en que establece unas áreas específicas de funcionamiento facilitan o dificultan su desarrollo.

Se pueden identificar cuatro áreas principales:



ATENCIÓN AL CLIENTE

Es el área que entra en contacto con el cliente previo al viaje; asesora y brinda información al cliente y concreta la venta. Se necesita tener una adecuada combinación entre medios que facilitan los procesos y un personal bien capacitado para la tarea.

TESORERÍA

Esta área se encarga de mantener al día y en orden tres procesos:

- Cuentas por cobrar: se generan de la venta de servicios, al contado o al crédito.
- Cuentas por pagar: relacionadas a las obligaciones con los proveedores (hospedajes, líneas aéreas, operadores de turismo, etc.) y otros servicios y responsabilidades (publicidad, planilla, servicios públicos, impuestos, etc.)
- Flujo de Caja: este cálculo se acumula cada mes y se proyecta sucesivamente para tener un estimado en un lapso de tiempo definido.

MARKETING

Esta área brinda las herramientas necesarias para cumplir con las metas de ventas, siendo sus principales funciones:

- Investigar constantemente sobre el mercado al que se dirige la empresa y sobre la competencia.
- Estudiar el posicionamiento de sus herramientas de ventas, por ejemplo, la página Web. Idear nuevas herramientas de Marketing.
- Analizar cuadros estadísticos para informar a la gerencia.

RECURSOS HUMANOS

Son la principal herramienta con la que cuenta una Agencia de Viajes y Turismo en el camino a la satisfacción de los requerimientos del cliente. Para ello deben contar con un plan adecuado para la selección, entrenamiento y política de incentivos para su personal, a fin que éste se sienta identificado con la empresa y con los objetivos trazados.

El método más generalizado de gestionar la calidad es a través de los **programas de calidad**, que es un plan que permite, facilita y coordina la aplicación de estrategias que serán implementadas en todas las áreas de la empresa orientadas a mejorar la prestación del servicio y la experiencia del cliente.



FLUJO DE CAJA:

Es un estado financiero que nos permitirá tener un control futuro del dinero de la empresa donde programamos los ingresos y los gastos que se esperan tener, de tal forma que se muestre la utilidad que se proyecta.

Para crear un programa de calidad se debe considerar los siguientes puntos:

- **Conocer las necesidades del cliente:** usando diferentes medios que le permitan conocer más el perfil de su cliente, como encuestas o buscando investigaciones de mercado.
- **Diseñar el servicio:** conociendo las expectativas del cliente se realizan las especificaciones concretas para la prestación del servicio a un precio aceptable y que proporcione rentabilidad sobre la inversión realizada.
- **Asignar responsabilidades:** la calidad depende de todo el personal y cada uno debe tener su función, por áreas.
- **Motivar a los colaboradores:** establecer formas de reconocimiento y capacitar continuamente, son maneras de mantener el compromiso con la calidad.
- **Controlar:** se comparan los estándares ideales con lo que realmente se ofrece para establecer acciones que permitan corregir lo que falta para llegar a las metas.

Personal capacitado y comprometido

Usted debe convencerse que el personal más importante en la empresa es aquel que tendrá contacto directo con el cliente y es responsable de identificar lo que necesita.

Los estándares de servicio se definen en gran parte por el personal que tiene contacto con el cliente; en el caso de las agencias, el personal que da la atención previa, y también el personal que desarrolla las funciones operativas, como los guías. Por esta razón es importante desarrollar una cultura empresarial eficiente, que continuamente oriente y motive a todo el personal y los mantenga involucrados en el programa de calidad.



Conocer las características y necesidades de su equipo de trabajo le ayudará a tomar medidas adecuadas para mantenerlo siempre motivado y preparado para los retos de prestar un excelente servicio, ya que es su personal, más que ninguna otra variable, el que le ayudará a diferenciarse positiva o negativamente.

Las acciones más específicas que usted debe considerar son:

- Establecer claramente las funciones.
- Definir metas.
- Tener un proceso de capacitación integral y continua
- Premiar y reconocer las metas cumplidas.
- Tener un equilibrio justo entre trabajo y remuneración económica.

Puede implementar un **proceso de capacitación integral** que oriente a su personal en

los principios y habilidades generales que se necesitan para el desempeño de sus tareas. Adicionalmente, brindar también capacitaciones continuas sobre los aspectos más específicos relacionados a cada puesto. Algunos temas básicos que puede considerar son:

- Conocimiento del negocio: misión, visión, políticas.
- Códigos de ética y comportamiento.
- Calidad del servicio.
- Políticas de sostenibilidad, a nivel ambiental y social.
- Seguridad turística, primeros auxilios y bioseguridad para la prevención del contagio de enfermedades infectocontagiosas.
- Habilidades comunicativas
- Conocimientos básicos de la comunidad y el entorno.

Estas son solo algunas sugerencias, no tienen que abarcarse todos los puntos, aunque el hacerlo, le ayudará a tener un personal más capacitado y comprometido. El proceso puede planificarse también de manera gradual.



Lo ideal es que TODO el personal que tenga contacto con el cliente reciba el paquete básico de capacitación que se decida implementar.

3. CONTROL, SEGUIMIENTO Y MEJORA DE LA CALIDAD

¿Cómo controlamos y hacemos seguimiento a la calidad?

El control de la calidad del servicio se realiza cuando se mide o evalúa el servicio dado y se compara con lo ofrecido para poder realizar acciones correctivas cuando haya una diferencia negativa. Esto se podrá realizar siempre y cuando se haya realizado un programa de calidad o se tengan al menos algunos estándares de referencia.

Los pasos básicos que usted deberá considerar son:

1. CRITERIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO:

Son los lineamientos que dan las pautas de cómo se quiere entregar el servicio al cliente. Algunos aspectos fundamentales a tener en cuenta son:

- **Plazos de realización:** Se refiere a establecer tiempos en los diversos procesos del servicio (la reservación de servicios, el cierre de cuentas, entre otros) y que, por lo general, deben considerar que el cliente requiere que sean ágiles.

- **Integridad:** Se refiere a que el servicio debe ser prestado de forma completa, según lo ofrecido.
- **Uniformidad:** Se debe mantener un servicio sostenido para esto se recomienda establecer **estándares de calidad**.



ESTÁNDAR

Es aquello que sirve como tipo, modelo, norma, patrón o referencia. Un ESTÁNDAR DE CALIDAD es el que reúne los requisitos mínimos en busca de la excelencia dentro de una organización o negocio y, en este caso, en la calidad del servicio.

Algunos estándares básicos que el turista busca en el desarrollo de sus actividades son:

- **Puntualidad:** cualquier retraso puede provocar la pérdida de una actividad programada o algún otro servicio contratado.
- **Confiablez:** que el servicio sea siempre el mejor, de tal manera que el cliente recomiende.
- **Seguridad:** en todo momento se debe de velar por la integridad física de los turistas y reflejar una imagen de seguridad.
- **Comodidad:** la actitud de su personal debe ser cortés y proactiva creando un clima de comodidad y confianza.
- **Rapidez:** es la característica de reaccionar con velocidad frente a los problemas que se presenten en el camino como im-

previstos o cualquier requerimiento del cliente.

- **Comunicación con el cliente:** su personal debe ser capaz de comunicarse de manera respetuosa, manteniendo al cliente informado de todo. También es importante escucharlo, tomar en cuenta sus comentarios, recomendaciones y quejas.

Un punto muy importante y específico para las agencias de viajes es el tema de la selección de sus **PROVEEDORES**. Es importante escoger a aquellas empresas que ofrezcan garantía de los servicios que brindan y que estén alineadas a los estándares que su agencia quiere lograr (📄 Anexo 5.4).



Muchas Agencias de Viajes caen en el error de seleccionar a proveedores que ofrecen precios muy bajos. Tenga en cuenta que no siempre es un buen negocio competir por precios, porque en la medida que trate de minimizar sus costos bajando la calidad de los servicios el riesgo de no cumplir con lo ofrecido aumenta, poniendo en peligro la satisfacción de los clientes.

Tenga en cuenta que es muy importante generar compromisos formales con los proveedores para las condiciones mínimas a negociarse:

- Niveles de Calidad.
- Garantía del servicio a través de una polí-

tica de compensación al cliente.

- Respuestas inmediatas a cada solicitud de servicio para una buena atención al cliente.
- Establecer la política de precios.
- Plazos y formas de pago.
- Condiciones y gastos de anulación.
- Tiempo de gracia para anular las reservas que no se llegan a concretar.

2. MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En base a los criterios, se pueden realizar mediciones y evaluaciones, para poder determinar qué aspectos ocasionaron que no se logre entregar el servicio según lo planificado.

Existen dos formas de analizar:

De manera subjetiva, revisando las reclamaciones o comentarios de los clientes y dando una interpretación de lo que en ellas se refleja. Principalmente serán los guías los que tengan la oportunidad de recibir estas impresiones.

De manera estadística, cuando se tienen mediciones cuantitativas.

3. ELABORACIÓN DE PROGRAMA DE ACCIONES CORRECTIVAS:

Determinar acciones para la corrección de forma inmediata de los elementos o ac-

ciones específicas que han causado perturbaciones y también previniendo la repetición del problema. Incluso cuando los errores en la calidad del servicio surgen como consecuencia de acontecimientos inesperados, ese programa debe desarrollar planes para evitar situaciones similares en el futuro. Ejemplo: se debe tener un plan de contingencia cuando surgen imprevistos con la tecnología o durante la prestación misma del servicio en los tours. Así mismo, planear de qué manera se manejarán situaciones en las que los clientes que hayan recibido un servicio insatisfactorio, dando algún tipo de compensación.

¿Cómo hacemos seguimiento y medición de la satisfacción del cliente?

Dado que el principal indicador de la calidad es la satisfacción del cliente, es conveniente que tenga mecanismos o procedimientos para poder tener información sobre su opinión sobre el servicio recibido. Esto le permitirá tener un control de calidad de los proveedores obteniendo información acerca de los guías, el tipo de transporte, la puntualidad, entre otros. Este control sistemático le permitirá medir los estándares de calidad exigidos y si fuera el caso reclamar una compensación oportuna si el proveedor ha incurrido en alguna falta.

La información obtenida deberá ser recopilada, analizada y utilizada tanto en forma escrita como verbal y actualizada en forma continua.

Algunas formas de hacerlo son:

- Encuesta a los clientes. (📄 Anexo 5.5)
- Recepción de quejas.
- Comunicación directa con los clientes.
- Retroalimentación sobre todos los aspectos del servicio.

Mantenerse actualizado de las necesidades del mercado y de información relativa a la competencia también será útil para determinar las acciones correctivas.

¿Cómo gestionamos las quejas y los reclamos?

En cualquier servicio pueden existir deficiencias o cometerse errores que motiven quejas por parte de los clientes. Algunas recomendaciones son:

- Permita que el cliente hable.
- Los clientes son la mejor publicidad.
- El respeto debe mantenerse siempre.
- Maneje las quejas de forma diplomática, entrenar al personal en esta labor es crucial.

- Colóquese en la posición del cliente.
- Hágase responsable de la resolución del problema o búsquela en conjunto con el cliente.
- Haga un seguimiento a los problemas.

En la actualidad, la virtualidad facilita aún más medios a los clientes para expresar su disconformidad con un servicio a través de las redes sociales y de plataformas que propician los comentarios de los mismos como la principal recomendación para otros potenciales clientes. Es necesario desarrollar protocolos para manejar estos casos, ya que un mal comentario puede ser muy perjudicial dada la velocidad con la que circula en estos medios. Enviar un correo electrónico al cliente, pidiendo unas disculpas de manera formal, puede ser una buena forma de hacer sentir una preocupación e importancia que se le da a su caso.

Sin embargo, la medida más efectiva será siempre contar con un programa de calidad y con un seguimiento permanente que permita mejorar continuamente el servicio y anticiparse a los errores.

SECCIÓN 03

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DEL SERVICIO



1. BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Para su agencia logre tener un servicio de calidad se necesitan aplicar dos tipos de habilidades y procesos:

PROCESOS	HABILIDADES
Asesoría al cliente	PERSONALES: relacionada con la comunicación y al grado de conocimiento sobre los productos y servicios que se ofrecen.
Atención y seguimiento antes, durante y después del servicio	TÉCNICAS: que se reflejan en los procesos de atención.



Para que el cliente se sienta satisfecho a plenitud, se deberá poner en práctica ambas habilidades buscando satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes no solo con buenos productos y/o servicios sino también con el trato que se les proporciona.

Las etapas en la atención al cliente son:



Captación del cliente

Cada agencia construye su propia estrategia para llegar al cliente; la estrategia es una **combinación de medios** que dependerá del mercado objetivo al que se dirigen y del presupuesto asignado. Algunos medios a considerar son: Internet (redes sociales propias, anuncios pagados, entre otros), publicidad en medios (televisión, revistas, periódicos, entre otros), mailing o correos electrónicos informativos, workshops y ferias de turismo, manuales o catálogos de ventas.

Para que logre con éxito este paso, algunos **procesos y herramientas necesarias** son:

- Arme una base de datos de clientes.
- Registre todas las comunicaciones escritas y/o telefónicas con los clientes para hacer seguimiento.
- Desarrolle una página web de fácil navegación y actualizada, con buenas fotografías y/o videos.
- Mejore e innove constantemente los productos turísticos que oferta según las tendencias y preferencias de los clientes.
- Tenga personal específicamente encargado de esta tarea.

Información y asesoría

Es el paso en el que se brinda información sobre los destinos, servicios, viajes, paquetes y proveedores. La asesoría de calidad implica saber escuchar al cliente para poder

atenderlo diseñando lo que solicita o personalizando el servicio.

Para ofrecer un servicio diferenciado e innovador, puede tomar en cuenta las siguientes estrategias:

- Conozca la demanda
- Mejore continuamente la formación de su personal
- Diferencie sus productos

Venta del servicio

No importa cuál sea el producto o servicio que se venda, finalmente el cliente es quien decide comprar a una agencia u otra. Casi siempre, el producto o servicio es similar, quizás con pequeñas diferencias y con precios comparables. Lo único que de verdad hace diferencia es la asesoría que se brinda y las respuestas oportunas a los requerimientos, solo así se gozará de una ventaja competitiva.

Para un adecuado servicio de venta, el asesor de viaje debe:

- Contar con todas las especificaciones de los productos.
- Estar capacitado en el proceso de negociación con los clientes, en lo referente a visas y condiciones para el ingreso de viajeros a otros países.
- Tener capacidad de decisión.

Así mismo su Agencia de Viajes y Turismo debe:

- Contar con una política de garantía del servicio que le ofrezca respaldo al cliente y de anulación de viaje que explique las responsabilidades que el cliente deberá asumir en caso desista de los servicios.
- Estar afiliada a las principales tarjetas de crédito y contar con sistemas de pago en línea.
- Tener cuenta bancaria en soles y dólares para dar facilidades a los clientes.
- Tener un sistema de gestión interno para administrar adecuadamente las solicitudes de reservas, coordinación con los proveedores y la facturación. (Anexo 5.6)

2. BUENAS PRÁCTICAS PARA LA OPERACIÓN

Consideraciones generales

La operación del servicio se da a través de los Operadores de Turismo, Líneas Aéreas, Establecimientos de Hospedaje, Empresas de Transporte en general. Dependerá de la política de cada Agencia si consolida los servicios a través de un solo operador o contrata a cada uno de los que participarán en la prestación de los servicios al cliente.

La evaluación de la calidad de las actividades

resultará de la diferencia entre los servicios esperados por el cliente y lo que realmente percibe que ha obtenido. Por lo tanto, es el cliente el único que establece la medida de la satisfacción y determina el nivel de excelencia en los servicios ofrecidos. El turista es entonces la persona más importante y cualquier persona que trabaja cara a cara con él, como es el caso del Guía de Turismo, debe intentar llegar a conocer cuáles son sus necesidades y expectativas.



En el caso del sector turístico, donde lo "único" que le queda al turista es el recuerdo de la experiencia, es importante recordar que un cliente satisfecho multiplicará su experiencia positiva pero uno insatisfecho puede llegar a comunicárselo a mucho más personas.

Entendiendo que los guías son los que estarán encargadas de brindar la experiencia de los tours, es muy importante que su agencia trabaje con guías formados y formales, comprometido a una capacitación continua.

GUÍA DE TURISMO:

Es la persona natural acreditada con el título de Guía Oficial otorgado a nombre de la Nación, por institutos de educación superior tecnológica (IEST), institutos de educación superior (IES), escuelas educación superior tecnológica (EEST) y centros de formación superior oficialmente reconocidos, después de haber cursado y aprobado



un programa de estudios conforme a los requisitos establecidos por el Ministerio de Educación, asimismo debe estar inscrito en el Registro Nacional del MINCETUR.



En el caso del sector turístico, donde lo "único" que le queda al turista es el recuerdo de la experiencia, es importante recordar que un cliente satisfecho multiplicará su experiencia positiva pero uno insatisfecho puede llegar a comunicárselo a mucho más personas.

Entendiendo que los guías son los que estarán encargadas de brindar la experiencia de los tours, es muy importante que su agencia trabaje con guías formados y formales, comprometido a una capacitación continua.

La labor del guía está fundamentada en tres pilares:

- Conocimientos culturales, de comunicación y organización
- Idiomas
- Actitud de servicio

A nivel comunicativo debe tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Imagen personal: seguridad en sí mismo, motivación, pero también el aspecto

como la vestimenta, la placa de identificación, el equipo adecuado, entre otros.

- Uso del lenguaje: uso correcto del vocabulario usando términos técnicos si es necesario, buena pronunciación, tono de voz, entre otros.
- Lenguaje corporal: a veces habla más lo que hacemos que lo que decimos, con lo cual las expresiones, la postura, la proximidad, entre otros, es muy importante.

Es importante que esté conectados con sus proveedores a través de llamadas, correo electrónico u otros medios de comunicación, con la finalidad de monitorear los servicios que se les está brindando a los pasajeros. En caso de grupos, es mejor que envíe un representante de su agencia para la supervisión directa de los servicios. Debe ser una persona con empatía y capaz de tomar decisiones rápidas y resolver problemas si se suscitara durante la prestación de los servicios.

Elabore un **plan de acción**: antes de los recorridos turísticos, conozca y recorra las rutas elegidas. Consiga siempre toda la información disponible sobre el sitio específico y trate de identificarse con la zona antes del recorrido.

Cuidar de la **seguridad** de los turistas debe ser también una prioridad. Respalde el plan de acción con un **plan de contingencias**,

donde se encuentren los protocolos de primeros auxilios para la atención de incidentes, accidentes, intoxicaciones y enfermedades infectocontagiosas, y para el manejo de situaciones inesperadas de cualquier tipo (clima, transportes, etc.). Infórmese acerca de los centros de salud cercanos, las autoridades civiles y las condiciones generales de la zona que va a visitar y, de acuerdo con las características del grupo, establezca protocolos de emergencia y evacuación. Prepare además una **lista de los recursos y equipos requeridos** para la actividad. Preste principal atención a botiquines y material de seguridad en perfecto estado para casos de emergencia.

Guiados y visitas turísticas

Para cualquier guiado o visita, al igual que para llevar a cabo un itinerario o programa completo, se puede distinguir tres momentos básicos:

1. La preparación: El momento en el que se prepara y planifica el programa o actividad que va a ejecutar; el momento de la definición de metas y objetivos y el método para lograrlos. Este es el momento en el que el guía se educa y capacita.



Un buen guía, como en cualquier otra actividad, se diferencia en términos de la buena formación

e información que ha adquirido; este es un proceso continuo que ningún guía debe dejar de lado: la capacitación continua.

2. La prestación: El momento en el que se ejecuta o desarrolla el programa o actividad; la puesta en marcha de todo lo planeado.

3. El control: El momento en el que se verifica y evalúa los resultados de las labores ejecutadas, para obtener retroalimentación y eliminar las fallas y no conformidades encontradas y tomar acciones correctivas con el fin de mejorar continuamente su labor.

El guía pasa a ser una pieza clave durante la prestación de los servicios ya que es el responsable de enseñar e interpretar la cultura de un lugar y de mostrar las riquezas culturales y naturales del mismo. Transmiten el amor y respeto hacia el patrimonio y su trabajo ayuda a crear conciencia en sus habitantes. Debe vestir profesionalmente, usando ropa adecuada al área donde se desempeñará y portando visiblemente la debida identificación que lo vincula profesionalmente con un prestador de servicios turísticos legalmente constituido. En el contexto regional, y desde una perspectiva social, también puede trabajar con orientadores turísticos.



ORIENTADOR TURÍSTICO:

Es una figura que se contempla en la Ley del Guía de Turismo, en caso de no contar con guías oficiales o licenciados en turismo, y es la figura más apropiada para guías de ecoturismo o en zonas rurales.

Algunas de las funciones del guía y consideraciones a tenerse en cuenta durante la prestación son:

- **Guiar y conducir la visita turística:**

El guía debe liderar para encaminar al turista por los atractivos con seguridad y eficiencia y en forma cortés, responsable y prudente. Su labor empieza con la recepción, desplazamiento e incluye el guiado mismo.

Durante el proceso el guía deberá:

- Previo a la salida: coordinar con la agencia el punto de encuentro, cantidad de turistas y sus datos completos, dinero o entradas para los lugares de visita, itinerario. También verificará la limpieza del transporte y que cuente con implementos de seguridad y primeros auxilios.
- Durante el guiado: dar información al inicio sobre el recorrido y tiempo estimado, autorizar las paradas para fotografiar cuidando tiempos y la seguridad del visitante. Se debe prestar atención a las características del grupo, notando

quienes pueden necesitar más apoyo o mayor atención y así poder brindarla. Se recomienda contar con guiones de interpretación ya que contribuyen a que los visitantes conozcan y aprecien el patrimonio natural y cultural.

- Para finalizar: verificar que no quede ningún objeto personal en el transporte e informará a la agencia del fin del servicio.

INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO:

Es un proceso creativo de comunicación, entendido como el «arte» de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial o lugar visitado. Es una disciplina que posee una amplia gama de pautas y directrices metodológicas para la comunicación con el público, la presentación del patrimonio in situ a ese público y transmitir un mensaje que impacte y, en lo posible, trascienda el hecho de la visita.



- **Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido:**

El guía debe informar con veracidad y responsabilidad a los turistas, de acuerdo a trabajos de investigación actualizados, fuentes históricas, arqueológicas, antropológicas y sociológicas sobre el lugar, de forma clara, amena y precisa. Así mismo resolverá cualquier duda o pregunta que se presente.

- **Asistir al turista en todo momento:** Los turistas pueden necesitar asistencia para diversas situaciones como traducción del idioma, compra de recuerdos o artesanías, cambio de billetes o monedas, entre otros. Asimismo, acompañar a los turistas en los almuerzos y/o cenas que estén programadas durante una visita, asistiéndolos en todo momento sobre el servicio de alimentos y ayudándolos a ubicarse en el espacio (mesas reservadas, servicios higiénicos, otros).

Turismo de Aventura

Las agencias de viaje y turismo que quieran ofrecer actividades turísticas de aventura deben cumplir el Reglamento de Seguridad para la Prestación de Servicios Turísticos de Aventura según para la el Decreto Supremo N° 005-2016-MINCETUR

Solo podrán brindar el servicio la agencias que cuenten con el **Certificado de Autorización** de la DIRCETUR, para lo cual deben presentar:

- Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos, de acuerdo a los dispuesto en el Reglamento de Agencia de Viajes y Turismo vigente. (📄 Anexo 5.1)
- Relación de la o las modalidades de tu-

rismo de aventura que pretende prestar, así como los lugares donde se desarrollarán. Solo se puede operar en los espacios que están autorizados con Resolución Directoral; en caso no lo estén, es mejor que se abstenga de operar en ese lugar.

- Relación de equipos idóneos para cada modalidad: Esta condición debe ser acreditada por la agencia presentando documentos que sustenten las especificaciones técnicas necesarias que apruebe el Viceministro de Turismo. En caso de no contar con tal regulación, las especificaciones técnicas serán acreditadas por el fabricante de los equipos. Si el servicio se prestará con equipo alquilado, deberá adjuntar una Declaración Jurada dejando constancia que cumplen con los requisitos.
- Contar con Manual Interno de Operación, Programa de Manejo de Riesgos y Atención de Emergencias, Programa de Mantenimiento de Equipos, Registro de Incidentes y/o Accidentes y equipo de primeros auxilios, de acuerdo a las especificaciones del Viceministerio de Turismo. (📄 Anexo 5.7)
- Declaración Jurada mediante el cual se compromete a prestar el servicio con

personal especializado. El personal que guíe al turista en estas actividades debe contar con un Certificado de Competencias Laborales o acreditar una experiencia mínima de 3 años y estar certificado en una capacitación mínima de primeros auxilios (16 horas) por una entidad autorizada por el Estado.

Asimismo, algunas condiciones de seguridad mínimas de mantener son:

- Brindar charla de información y orientación al turista.
- Mantener permanentemente actualizados los documentos de gestión de riesgos.
- Comunicar ante la Red de Protección al Turista y a la Red Regional de Protección al turista la ocurrencia de incidentes y/o accidentes.
- Suscribir los formatos de aceptación de riesgos por parte del turista. (📄 Anexo 5.8)

MANUAL INTERNO DE OPERACIÓN:

Documento que describe la forma en la que se presta la o las modalidades de turismo de aventura, el personal especializado y equipamiento necesario para prestar el servicio, cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento.



PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS:

Documento que lista los equipos a ser utilizados para el desarrollo de cada modalidad de turismo de aventura, instrucciones de uso, periodicidad y frecuencia de su mantenimiento.

PROGRAMA DE MANEJO DE RIESGOS Y ATENCIÓN DE EMERGENCIAS:

Documento que identifica las situaciones y riesgos de cada modalidad de turismo de aventura, las acciones que se seguirán para controlar y reducir la posibilidad de daño a los turistas, así como las acciones para la atención de emergencias.

REGISTRO DE INCIDENTES Y/O ACCIDENTES:

Registro elaborado por la agencia en el que da cuenta de los incidentes y/o accidentes ocurridos durante la prestación del servicio. Es de libre acceso al turista.

SECCIÓN

04

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SOSTENIBILIDAD



SOSTENIBILIDAD:

Consiste en satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las necesidades de las generaciones futuras, al mismo tiempo que se garantiza un equilibrio entre el crecimiento de la economía, el respeto al medioambiente y el bienestar social.



Hacer un esfuerzo por lograr la sostenibilidad beneficiará a su empresa mejorando su imagen, diferenciándola de la competencia, contribuyendo a generar una cultura ambiental, al mismo tiempo que le puede dar acceso a mercados más especializados y demandantes, siendo pionero e innovador.

Las buenas prácticas para la sostenibilidad, abarcan aspectos ambientales, sociales y económicos, y deberían tratarse como criterios transversales para lograr estándares de calidad. Esto implica, que no deben tratarse como grupo de buenas prácticas diferente o que se gestiona por separado, sino que deben estar insertadas dentro de las diferentes áreas y procesos operativos, y es responsabilidad del administrador o dueño de negocio el velar porque se cumplan. Estas prácticas tienen que ver con la forma en que la empresa se relaciona con la comunidad y con el entorno mismo donde desarrolla sus operaciones lo cual repercute no solo en su imagen frente a los clientes sino también frente a la población local.

El primer paso debe ser desarrollar un plan que guíe la implementación de todos estos criterios que se desarrollan en el manual, para tener como resultado una orientación de la empresa hacia la calidad tanto como hacia una gestión sostenible.

Obtener una “certificación en turismo sostenible” es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares. Dentro de la industria del turismo, se han creado programas de certificación para medir aspectos diferentes del turismo: (a) la calidad de servicio, (b) la sostenibilidad del turismo en general y (c) el ecoturismo. (Anexo 5.9)

Tenga en cuenta que para ello también es necesario comunicar las acciones que vaya implementando. La **comunicación** debe establecerse en dos direcciones, a nivel externo e interno. La externa se dirige hacia los clientes, los proveedores y la comunidad local, con el fin de generar en todos ellos conocimiento, reflexión y acción. La comunicación interna se orienta a establecer una política clara de cara al personal, que motive al equipo de trabajo y busque lograr un compromiso con la implementación de acciones alineadas a la sostenibilidad, concientizando sobre su importancia. Aquí se deberá considerar a



los proveedores, ya que a través de ellos se realiza la prestación del servicio y lo deseable es que estén alineados a sus estándares de sostenibilidad.



Una buena forma de crear una influencia positiva en las comunidades en las que trabaja, es identificar las acciones positivas de la población local con el ambiente y fomentarlas, articulándolas de alguna forma con el producto turístico.

1. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Las buenas prácticas hacen referencia a que la forma en que se deben llevar a cabo ciertas actividades para garantizar la calidad y este criterio puede también aplicarse mostrando respeto hacia el ambiente. La relación turismo y ambiente es importante porque el desarrollo y la continuidad de un destino turístico depende que el entorno natural se mantenga sano y en equilibrio, pero es aún más pertinente dentro del contexto de turismo de naturaleza ya que el concepto de sostenibilidad está dentro de su definición.



Para el turismo de naturaleza, el patrimonio natural y cultural es la base del desarrollo de la actividad y la razón por

la cual el turista realiza su viaje; por esta razón, deben ser objetos de conservación y protección para que la actividad se mantenga, pero también para garantizar su continuidad en el tiempo y permitirle a una sociedad que su descendencia pueda disfrutar de los mismos beneficios naturales, culturales y económicos.

Hay dos ámbitos en los que se pueden considerar criterios amigables con el medio ambiente. En el caso de las agencias, se entiende que parte del desarrollo de sus actividades de atención al cliente, para la promoción y venta de sus servicios, se realizan en un espacio de oficina. La prestación del servicio, en cambio, se desarrolla en campo, en los mismos atractivos y, en el caso del turismo de naturaleza, especialmente en espacios naturales y/o áreas protegidas. Por lo tanto, en cada uno de los puntos sobre los cuáles se desarrollan estos criterios, se hará la diferencia entre ambos contextos para puntualizar lo que es particular en cada ambiente, sin embargo, deben ambos estar alineados sobre la base de una política clara que:

- Siempre controle los impactos desde las oficinas operativas.

- Tenga códigos de conducta para turistas y los guías.
- Esté en concordancia con los estándares de un servicio de calidad.
- Incorpore un componente de capacitación al personal.



Cuidado del agua y la energía

La forma en que se produce energía tiene un alto impacto en el ambiente, entonces si se reduce su consumo, no solo se muestra responsabilidad, sino que puede ayudar a reducir costos en su empresa. En **oficinas**, algunas acciones relevantes son:

- Utilice sistemas de alumbrado de bajo consumo, como luces led.
- Apague los aparatos eléctricos y desenchufarlos, pues los que se quedan conectados también consumen energía.
- Tenga ambientes iluminados que aprovechen la luz solar para evitar un consumo excesivo de energía eléctrica durante el día.
- Donde sea posible, reemplace el aire acondicionado por ventiladores, los cuales deben mantenerse limpios y en buen estado. Además de ahorrar energía, esto disminuye

las emisiones de gases de efecto invernadero y sustancias agotadoras del ozono.

Durante la **prestación de los servicios** será especialmente relevante el cuidado del agua. Algunas consideraciones que los operadores y el guía deben tomar en cuenta son:

- En cualquier actividad al aire libre, no se debe echar el agua sucia en los ríos o lagos; se recomienda hacerlo lejos de los cuerpos de agua, en zonas pedregosas, arenosas o son vegetación o cavando un pequeño hoyo.
- Dar indicaciones a los turistas de no contaminar los cuerpos de agua con basura u otros.



Manejo de residuos sólidos

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística; su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Las medidas deben considerarse desde la generación, recolección, segregación, almacenamiento, reuso y reciclaje hasta la disposición final.

En la **prestación del servicio** puede adoptar las siguientes medidas:

- **Evalúe la calidad ambiental de los insumos:** Por ejemplo, evitando usar envases descartables para los refrigerios o incentivando y usando pilas recargables para linternas u otros para las salidas en las que se necesita este equipamiento. Igualmente motivando a los turistas a tomar conciencia en ello, por ejemplo, invitándolos a usar termos de agua, en lugar de comprar botellas de plástico.
- **Controle la disposición de residuos:** Llevando siempre una bolsa para recoger los residuos en caso de no haber tachos en los lugares visitados. De lo contrario, da instrucciones al turista sobre la disposición de la basura, dando preferencia al uso de tachos que clasifiquen los residuos. En áreas protegidas garantice que los residuos sean devueltos a un centro urbano donde se les pueda dar un adecuado manejo.
- **Evite generar basura innecesariamente:** Evitando usar bolsas de plástico para transportar equipos, refrigerios u otros y optando por contenedores reusables como mo-

chilas, bolsas de telas u otros que incluso pueden ofrecer una imagen de mayor profesionalismo y servir para identificar a su personal.

En **oficinas**, se pueden incentivar la misma filosofía para mantener la coherencia en las políticas y el compromiso ambiental a través de las siguientes consideraciones:

- Implemente una política de separación de residuos y capacite el personal para que se involucre. Se recomienda no solo separar los residuos biodegradables de los no degradables, sino separarlos en diferentes contenedores para que puedan tener una clasificación más detallada que ayude a su posterior manejo.
- Súmese en la tarea del reciclaje: Utilice productos que puedan ser reciclados después; por ejemplo, emplee papel con bajo impacto ambiental, utilice las hojas por ambos lados y reutilice el papel usado. También puede averiguar en su localidad quienes se dedican al reciclaje y sumar en esta tarea.



Áreas Naturales Protegidas y diversidad

Estos criterios aplican principalmente para el momento de la prestación del servicio cuando se realizan salidas en ambientes naturales o específicamente áreas protegidas, donde el estado de los ecosistemas y la biodiversidad se mantienen en estado silvestre y la intervención humana puede perturbar.



ECOSISTEMA:

Es un sistema biológico constituido por una comunidad de organismos vivos y el medio físico donde se relacionan. Se trata de una unidad compuesta de organismos interdependientes que comparten el mismo hábitat.

En este sentido el guía es el responsable de prepararse para esta labor y también orientar apropiadamente a los turistas. Así mismo manejar adecuadamente la seguridad en éstos entornos.

Algunas consideraciones para el guía son:

- Infórmese adecuadamente sobre el sitio visitado: Conozca las regulaciones ambientales, incluyendo su capacidad de carga, en especial en Áreas Naturales Protegidas (ANP).
- Prepare o use guiones de interpretación que generen conciencia am-

biental en el turista y que los ayude a apreciar el entorno de una manera respetuosa.

CAPACIDAD DE CARGA:

Hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio / recurso / destino turístico; en otras palabras, el límite más allá del cual la explotación turística de un recurso / destino es insostenible y resulta perjudicial.



- Prefiera grupos de 8 personas por guía para facilitar el manejo del grupo y su seguridad. Para grupos de 9 o más llevar un asistente.
- Mantenga al grupo en los senderos existentes, evitando que se tomen atajos. Procure caminar en "fila india", es decir, uno tras otro para no ensanchar los caminos porque esto erosiona el suelo. Esto es importante especialmente en áreas naturales ya que desplazarse fuera de estas rutas puede perturbar a la fauna silvestre. Sin embargo, también es importante ir rotando al grupo para que no sean siempre los mismos los que van adelante.
- No camine, en lo posible, en laderas con mucha pendiente y tener el mayor cuidado al transitar por zonas de derrumbes y deslizamientos, especialmente en época de lluvias.
- Incluya instrucciones explícitas en

los guiones para que los turistas sepan cómo comportarse durante las actividades en los lugares de observación de flora y fauna.

En estas instrucciones para los turistas, algunas indicaciones importantes son:

- Evitar hablar en voz alta, no llevar equipos de sonido. Explicar a los pasajeros sobre la necesidad de mantenerse en silencio.
- No arrancar plantas, ni perturbar o alimentar a los animales.
- Respetar las indicaciones del guía sobre los senderos para no salirse de los mismos ni tomar atajos.
- No llevarse o dejar “recuerdos” en el lugar. Explicar a los pasajeros la importancia de proteger el patrimonio cultural y natural para mantener los lugares turísticos en buen estado.
- Usar preferentemente productos amigables con el medio ambiente como repelentes naturales.



Compra de productos y elección de proveedores

El compromiso ambiental puede abarcar no solo los procesos que se llevan a cabo en oficinas, sino también como una política que busca colaboradores o proveedores estén alineados a estas buenas

prácticas alineados todos bajo un mismo compromiso y estándares ambientales, desde la selección de productos para oficina, para el servicio durante las salidas, hasta proveedores de servicios que mantengan la misma filosofía.

Algunas prácticas que puede tomar en cuenta son:

- Seleccione en lo posible productos en materiales reciclados, orgánicos, biodegradables y retornables.
- Cuando sea posible, adquiera productos al por mayor, con poco embalaje, inofensivos para el medio ambiente y cuya fabricación esté ligada a beneficios sociales, con el fin de reducir los costos de envasado, almacenamiento, transporte y eliminación.
- Manténgase informado sobre los materiales y las propiedades físicas y químicas de los productos que utiliza en sus actividades.

2. SOSTENIBILIDAD SOCIAL

Una empresa no puede comportarse como una isla. Las actividades de turismo se desenvuelven dentro de un contexto social (una localidad, distrito, etc.), se relaciona con su idiosincrasia y costumbres y puede también ofrecer la experiencia de la cultura local como parte de sus servi-

cios. Es más, el turista viene a ver y experimentar ambientes y culturas diferentes que son las locales. En este sentido, desde la mirada de sostenibilidad, la empresa debe participar activa y respetuosamente con las comunidades vecinas.



Un turismo responsable puede mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y ser un buen medio de desarrollo en zonas remotas de nuestro país.

La forma de hacerlo, puede desarrollarse en tres ámbitos:



Participación económica de la población local

Comprende las buenas prácticas en las que se maximizan los beneficios sociales y económicos para la comunidad, es decir, en las que el prestador de servicios turísticos genera y apoya las iniciativas productivas del lugar donde opera y crea oportunidades para mejorar la calidad de vida de la población local, respetando sus valores y cultura. Algunas consideraciones que usted puede tomar en cuenta son:

- Promueva la contratación de per-

sonal que pertenezca al lugar. Genere trabajo para la comunidad local ya que ayuda también a tener mejor relación con ésta, reduce costos y es un valor agregado para sus servicios. La figura del Orientador Local, habilita la contratación de gente local como guías, con el valor agregado de sus conocimientos culturales.

- Articule a la población local en los distintos eslabones de la cadena productiva. Una forma puede ser comprando productos nativos o de manufactura local.
- Para realizar turismo en comunidades, consulte con los moradores qué actividades quisieran compartir con los turistas y respete sus decisiones. Todo uso de los recursos nativos debe generar una retribución directa en su propio beneficio.



Valoración cultural

Abarca las buenas prácticas que maximizan los beneficios para el patrimonio cultural, además de promover y valorar las tradiciones locales. Algunas consideraciones que usted puede tomar en cuenta son:

- Promueva actividades turísticas que protejan la herencia cultural del lugar de destino y que permitan que los productos culturales y tradicionales, las artesanías y el folclore sobrevivan y florezcan, en lugar de que se pierdan o se conviertan en simples reproducciones.
- Fomente encuentros culturales entre los turistas y las comunidades locales, en los que se produzca un intercambio auténtico y respetuoso.



Impacto social

Abarca las buenas prácticas los beneficios sociales, que demuestran respeto hacia las comunidades originarias y locales, sus valores y su cultura, concierne con ellas, vela porque se respeten las políticas y normas establecidas por la sociedad y trata en igualdad de condiciones a mujeres y miembros de minorías locales. Algunas consideraciones que usted puede tomar en cuenta son:

- Sea sensible a las necesidades de su personal local y de las personas de la comunidad. Respete

su cultura, patrimonio e identidad.

- Aplique un principio de compensación justa y equitativa a sus empleados.
- Promueva la inclusión social y el respeto por los derechos humanos, independientemente de edad, religión, género, grupo étnico, discapacidad, orientación sexual y posición económica. Propicie puestos de trabajo dentro de las áreas de la empresa.
- Promueva la igualdad de género, favoreciendo la ocupación de puestos de mando y directivos con remuneración equitativa según el cargo. No asigne tareas según estereotipos de género, sino según las competencias, aptitudes y aspiraciones de las personas. Fomente el empleo de mujeres de la comunidad para apoyar su autonomía económica.
- Cumpla con lo establecido en Ley General de Turismo que extiende la responsabilidad a los prestadores de servicios de turismo de comunicar, difundir y publicar la existencia de normas sobre la prevención y la sanción de la ESNNA en el ámbito del turismo. (📄 Anexo 5.3)



ESNNA:

Las siglas se refieren a la Explotación Sexual comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.

2.1. PROTOCOLOS SANITARIOS

Cada negocio debe contar con un “Plan para la vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo”, el mismo que, si corresponde a una persona jurídica, debe ser enviado al Ministerio de Salud: empresa@minsa.gob.pe, y tras ello debe ser implementado. Las regulaciones van cambiando continuamente; por esta razón, es importante mantenerse actualizado sobre los lineamientos sectoriales que se encuentran vigentes. El plan debe ser actualizado cada año.

Contar con algún sello que certifique sus buenas prácticas en sus servicios, le dará una garantía a sus potenciales clientes. (📄 Anexo 5.11)

Algunos de los puntos más importantes a considerar en su plan y su implementación posterior son:

LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE CENTROS DE TRABAJOS

Se deben establecer procesos de desinfección y limpieza para ambientes, mobiliarios, equipos, herramientas, vehículos, entre otros.

EVALUACIÓN DE LA CONDICIÓN DE SALUD DE LOS TRABAJADORES

Algunos procedimientos son importantes en este punto:

- Mantener su plan actualizado con el reporte de la vacunación de cada trabajador los cuáles, por ley, deben contar con sus dosis completas.
- Establecer un protocolo de manejo cuando se identifica un caso sospechoso.

LAVADO Y DESINFECCIÓN DE MANOS

En el negocio se debe asegurar la cantidad y ubicación de puntos de lavado de manos (lavadero, caño con conexión a agua potable, jabón líquido o desinfectante y papel toalla) y puntos de alcohol (gel o líquido), con carteles que muestren el método correcto para el uso libre y desinfección de los trabajadores y clientes.

MEDIDAS DE PROTECCIÓN PERSONAL

La empresa debe brindar equipos de protección personal a sus trabajadores e implementar las medidas para su uso correcto y obligatorio.

MEDIDAS DE PREVENCIÓN COLECTIVA, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE LA ACTIVIDAD

Los guías, al estar en directo contacto con los turistas y ser la imagen del servicio, deben estar informados del plan y de-

mostrar con el ejemplo el cumplimiento de las mismas. Algunas de las principales medidas a tomar en cuenta para la operación turística son:

Antes del servicio de guiado turístico

- Usar medios digitales o remotos para reconfirmar los servicios con todos los proveedores relacionados al grupo y para recibir toda documentación o dinero, separando el material que usa el guía y lo que se entrega al pasajero o encargado del grupo.
- Contar con alcohol y otros insumos de limpieza para casos de contingencias.
- Desinfectar, guardar y cerrar en sobre o bolsa todo material, documentación u otros relacionados al grupo de viaje.
- Verificar que las unidades de transporte a emplear durante la operación turística se encuentren en adecuadas condiciones de limpieza y desinfección.
- Para casos donde se tengan programados servicios de turismo de aventura, se debe solicitar el registro de control de limpieza y desinfección del equipamiento, verificando que se asigne de forma exclusiva por cada pasajero.

Durante el servicio de guiado turístico

- Vigilar el cumplimiento del distancia-

miento físico que se debe guardar entre los pasajeros, de acuerdo al aforo establecido en los sitios visitados o medios de transporte empleados.

- Velar por que los pasajeros pasen por el lavado de mano y/o desinfección al ingreso, registro de temperatura corporal y porten los EPP adecuados, usándolos correctamente.
- Ejecutar el protocolo establecido para el manejo de casos sospechosos del COVID-19 durante la operación turística.
- Limpiar y desinfectar el espacio empleado para ingerir alimentos, antes y después de consumirlos, de ser el caso.
- Manejar grupos de 8 pasajeros como máximo y respetando el aforo establecido por los sitios visitados.
- Respetar los horarios programados y el tiempo de recorrido establecido para las visitas a fin de evitar aglomeraciones.

Después del servicio de guiado turístico

- Devolver los materiales a la empresa contratante u objetos olvidados por los turistas, previamente desinfectados y guardados en sobres o bolsas debidamente cerradas.
- Usar medios digitales para presentar informes finales, rendir cuentas y devolver dinero.

SECCIÓN 05

ANEXOS





5.1. FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA APROBADA POR EL VICEMINISTERIO DE TURISMO

Para descargar el formato:

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/911942-cumplimiento-de-condiciones-minimas-de-una-agencia-de-viajes-y-turismo>

ANEXO I

DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES MÍNIMAS DE UNA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO

Inscripción Actualización

I. INFORMACIÓN DE LA PERSONA TITULAR

Nombre y apellidos (1)	
Razón Social (2)	
N° de RUC	
Domicilio legal	
Departamento/Provincia/Distrito	
Representante legal	
N° de documento de identidad del representante legal	

(1) Para persona natural
(2) Para persona jurídica

II. INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre comercial			
Dirección			
Departamento	Provincia	Distrito	
Teléfono(s)			
Página web (1)	Correo electrónico		
Cuenta(s) de redes sociales			
Fecha de inicio de operaciones	N° de Licencia de funcionamiento	Fecha de expedición	

(1) Si está en línea de una agencia de viajes o turismo que brinde servicios a través de canales digitales, debe presentar el tipo de canal digital que se implementa.

III. CONDICIONES MÍNIMAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO (ANEXO I DEL REGLAMENTO)

Infraestructura	Equipamiento	Personal calificado (1)
Oficina administrativa con las características siguientes:	a) Equipo de cómputo	a) Con experiencia mínima de un (01) año en actividades turísticas y que haya llevado por lo menos un curso de técnicas de atención al cliente
a) Local de libre acceso al público para atender al turista y dedicado a prestar de manera exclusiva el servicio de agencia de viajes y turismo.	b) Conexión a Internet y correo electrónico	b) Con formación académica superior o técnica productiva en materia de turismo.
b) Independiente de los locales de negocio-comercios.	c) Teléfono	
	d) Equipo de impresión y escáner	Total de personal calificado

(1) La o las personas que desempeñen la función de brindar atención directa al turista

IV. CONDICIONES MÍNIMAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO A TRAVÉS DE CANALES DIGITALES (ARTÍCULO 22 DEL REGLAMENTO) (1)

a) Ser propietario, funcionario o administrador de canales digitales para la oferta, promoción, comercialización y, en general, la prestación de sus servicios, los cuales incluyen los contenidos mínimos siguientes:	<input type="checkbox"/>	b) El contenido detallado en el literal a) está publicado empleando un lenguaje claro, sencillo y transparente. Además, está dispuesto de manera que el acceso a los mismos desde la página de inicio del canal digital sea inmediato.	<input type="checkbox"/>
1. Número de teléfono, dirección y datos de contacto de la agencia de viajes y turismo y correo electrónico, los cuales pueden ser utilizados para asistir y/o atender y/o asesorar al consumidor.	<input type="checkbox"/>	c) Implementa las siguientes medidas mínimas en el canal digital:	<input type="checkbox"/>
2. Número de RUC	<input type="checkbox"/>	1. Medidas de seguridad y diligencia debida en la interfaz para compras en línea, lo que incluye las herramientas empleadas para procesar los pagos.	<input type="checkbox"/>
3. Razón social o nombre y apellidos, según corresponda	<input type="checkbox"/>	2. Medidas técnicas de protección de los datos personales que son manejados a través del canal digital.	<input type="checkbox"/>
4. Nombre comercial	<input type="checkbox"/>		
5. Política de Protección de Datos Personales	<input type="checkbox"/>		
6. Términos y Condiciones de Uso del canal digital, lo que incluye, entre otros aspectos, las políticas de valores, cancelación y reembolsos	<input type="checkbox"/>		
7. Constancia de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, cuando este sea exigible	<input type="checkbox"/>		
8. Versión digital del afiche u otro documento similar, que contenga información respecto de las disposiciones legales que establecen penalmente las conductas amonestadas a la SPDA, de acuerdo a las características y contenido analíticas por el INDECOPI, así como las que establecen el hecho de tener relaciones comerciales con personas de edad un parpado de otras medidas que puedan adoptar con el mismo fin.	<input type="checkbox"/>		

(1) Solo para ser consultado por la agencia de viajes y turismo que brinde servicios a través de canales digitales. De lo contrario, pase al numeral V.

V. CLASIFICACIÓN

Minorista Mayorista Operador de turismo

VI. MODALIDAD DE TURISMO (1)

(1) Turismo comunitario, cultural, de aventura, de naturaleza y otros.

VII. TIPO DE TURISMO (1)

(1) Turismo activo, interno o receptor

VIII. OTRA INFORMACIÓN

Asociación de turismo a la que pertenece (1)

Certificación de calidad, sostenibilidad u otro reconocimiento especial que obtenga con referencia a su período de vigencia (1)

(1) De ser el caso.

En caso brinde el servicio de transporte turístico con unidades propias:

Transporte turístico terrestre Transporte turístico acuático Transporte aéreo especial en actividades de turismo

N° de unidades para brindar el servicio:

Señalar el número de plazas:

La presente Declaración Jurada la realizo según lo señalado en el numeral 9.1 del artículo 9 y en el numeral 22.1 del artículo 22 del Reglamento de agencias de viajes y turismo, aprobado mediante D.S. N° 005-2020-MINCETUR, manifestando que los datos señalados expresan la verdad y que conozco las sanciones administrativas y penales a que habrá lugar en caso de falsedad.

Nombre del declarante

Fecha: _____



5.2. FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA CANALES DIGITALES APROBADA POR EL VICEMINISTERIO DE TURISMO

Para descargar el formato:

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/910940-cumplimiento-de-condiciones-minimas-de-una-agencia-de-viajes-y-turismo-que-ofrece-y-comercializa-sus-servicios-exclusivamente-mediante-canales-digitales>

DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES MÍNIMAS DE UNA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO QUE OFRECE Y COMERCIALIZA SUS SERVICIOS EXCLUSIVAMENTE MEDIANTE CANALES DIGITALES

Inscripción Actualización

I. INFORMACIÓN DE LA PERSONA TITULAR

Nombre y apellidos (1)	
Razón Social (2)	
N° de RUC	
Domicilio legal	
Departamento/Provincia/Distrito	
Representante legal	
N° de documento de identidad del representante legal	

(1) Para persona natural
(2) Para persona jurídica

II. INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre comercial			
Dirección de contacto para dar asistencia al turista			
Departamento	Provincia	Distrito	
Teléfono(s)			
Página web (1)	Correo electrónico		
Cuenta(s) de redes sociales(s)			
Fecha de inicio de operaciones			

(1) Precisar el tipo de canal digital que se implementa.

III. CONDICIONES MÍNIMAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO (ARTÍCULO 22 DEL REGLAMENTO)

	SI	NO	SI	NO
a) Ser propietario, licenciado o administrador de canales digitales para la oferta, promoción, comercialización u, en general, la prestación de sus servicios, los cuales incluyen los contenidos mínimos siguientes:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b) El contenido analizado en el ítem a) está publicado empleando un lenguaje claro, sencillo y transparente. Además, está disponible de manera que el acceso a los mismos desde la página de inicio del canal digital es sencillo.	<input type="checkbox"/>
1. Número de teléfono, dirección y datos de contacto de la agencia de viajes y turismo y correo electrónico, los cuales pueden ser utilizados para enviar y/o atender y/o asesorar al consumidor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	c) Lo o las personas que desempeñan la función de brindar asistencia directa al turista deben cumplir con una de las siguientes condiciones:	<input type="checkbox"/>
2. Número de RUC.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Con experiencia mínima de un (01) año en actividades turísticas y que haya pasado por lo menos un curso de técnicas de atención al cliente.	<input type="checkbox"/>
3. Razón social o nombres y apellidos, según corresponda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Con formación académica superior o técnico productiva en materia de turismo.	<input type="checkbox"/>
4. Nombre comercial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d) Implementar las siguientes medidas mínimas en el canal digital:	<input type="checkbox"/>
5. Política de Protección de Datos Personales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Medidas de seguridad y diligencia debida en la interfaz para compras en línea, lo que incluye las herramientas empleadas para promover los pagos.	<input type="checkbox"/>
6. Términos y Condiciones de Uso del canal digital, lo que incluye, entre otros aspectos, las políticas de envío, cancelación y reembolsos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Medidas técnicas de protección de los datos personales que son accesible a través del canal digital.	<input type="checkbox"/>
7. Constancia de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, cuando sea sus exigencias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
8. Versión digital del afiche u otro documento similar, que contenga información respecto de las disposiciones legales que aplican penalmente las conductas vinculadas a la ESPNA, de acuerdo a las características y contenido establecido para el MINCETUR, así como las que relacionan el hecho de tener relaciones sexuales con menores de edad, sin perjuicio de otras medidas que puedan aplicarse con el mismo fin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

IV. CLASIFICACIÓN:

Minorista Mayorista Operador de turismo

V. MODALIDAD DE TURISMO (1)

(1) Turismo aventura, cultural, de aventura, de naturaleza y otros.

VI. TIPO DE TURISMO (1)

(1) Turismo aéreo, interno o receptor

VII. OTRA INFORMACIÓN

Asociación de turismo a la que pertenece (1)	
Certificación de calidad, sostenibilidad u otro reconocimiento especial que ostente con referencia a su período de vigencia (1)	

(1) De ser el caso.

En caso brinde el servicio de transporte turístico con unidades propias:

Transporte turístico terrestre Transporte turístico acuático Transporte aéreo especial en actividades de turismo

N° de unidades para brindar el servicio: _____

Definir el número de plazas: _____

La presente Declaración Jurada la realizo según lo señalado en el numeral 9.2 del artículo 9 del Reglamento de agencias de viajes y turismo, aprobado mediante D.S N° 005-2020-MINCETUR, manifestando que los datos señalados expresan la verdad y que conozco las sanciones administrativas y penales a que habrá lugar en caso de falsedad.

Firma del declarante: _____ Fecha: _____

Nombres y apellidos: _____
N° de documento de identidad: _____



5.3. DECLARACIÓN JURADA ESNNA:

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/RM_430_2018_MINCETUR_ANEXO-II_ESNNA.pdf

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ANEXO II

DECLARACIÓN JURADA DE SUSCRIPCIÓN OBLIGATORIA DEL CÓDIGO DE CONDUCTA CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES (ESNNA) EN EL ÁMBITO DEL TURISMO, PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Por el presente documento, se declara bajo juramento lo siguiente:

- Que las generales de ley actualizadas a la fecha, son:
 - Persona natural que lo suscribe:

Nombres			
Apellidos			
DNI N°	Passaporte	Carné de Extranjería N°	
Domicilio			
 - Persona jurídica:

Denominación o razón social			
R.U.C. N°			
Domicilio			
Representante			DNI N°
 - Nombre del establecimiento:
 - Dirección del establecimiento:
- Que, suscribo el Código de Conducta contra la ESNNA en el Ámbito del Turismo, para Prestadores de Servicios Turísticos, conociendo que su contenido es de obligatorio cumplimiento.
- Que, a la firma del presente documento, he recibido la versión impresa del Código de Conducta contra la ESNNA en el Ámbito del Turismo, para Prestadores de Servicios Turísticos.
- Que, me comprometo a cumplir con los principios y deberes que establece el Código de Conducta Contra la ESNNA en el Ámbito del Turismo, para Prestadores de Servicios Turísticos, y asimismo con las obligaciones que establece la Ley General de Turismo y su Reglamento en materia de Prevención de la ESNNA.

DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO	Fecha: día/mes/año
FIRMA:	HUELLA:		
DNI:			



5.4. CRITERIOS PARA SELECCIÓN DE PROVEEDORES POR TIPO DE SERVICIO

Los criterios más específicos pueden variar en función al posicionamiento y la política de cada empresa. Algunos a tomar en cuenta pueden ser:

HOTELES

- Contar con servicio de desayuno
- Requerimiento de alguna categorización particular
- Se puede tener también algunos estándares específicos para las habitaciones: área mínima, mobiliario mínimo, etc.
- Oferta especializada de algún tipo
- Ubicación específica

SERVICIO DE TRANSPORTE

- Capacidad de ___ pasajeros
- Unidades limpias y en buen estado
- Unidades con año de fabricación no menor al año ___
- SOAT vigente
- Récord de conductor
- Puntualidad, amabilidad, honradez

RESTAURANTES

- Oferta de comida de cierto estilo en su carta
- Cumplimiento de medidas sanitarias
- Condiciones específicas del manejo de sonidos y música
- Ambientación de cierto estilo
- Rango de precios

AGENCIAS Y OPERADORES

- Cumplimiento de normativas de seguridad
- Oferta de un determinado tipo de actividades (Aventura, Observación de aves, etc.)
- Información detallada de sus servicios para informar al cliente, incluyendo itinerarios por cada actividad
- Comunicación y monitoreo

GUIAS

- Dominio de 1 idioma extranjero como mínimo
- Amabilidad en el trato a los pasajeros
- Contar con certificación de guía oficial de turismo o acreditación de Orientador Local
- Contar con recibo por honorarios
- Experiencia mínima no menor a ____ años



5.5. MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Encuesta de Satisfacción

¡Su opinión es importante para nosotros!

A fin de poder atenderlo mejor, por favor complete las siguientes preguntas en los espacios indicados:

Género M F Edad País/Región/Ciudad

A. En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría el servicio brindado en cuanto a:

	1	2	3	4	5
1. La atención e información recibida por parte del personal al momento de adquirir los servicios					
2. La información o inducción brindada al recibir los servicios					
3. El cumplimiento del horario establecido / Puntualidad					
4. El servicio ofrecido por el guía turístico (trato amable y cordial)					
5. Calidad, comodidad y confort en el transporte utilizado					
6. La atención y amabilidad de los conductores					
7. La limpieza y el mantenimiento del transporte					

8. El acceso hasta la entrada del atractivo favorece la llegada de visitantes					
9. Estado del camino dentro del atractivo					
10. La señalización turística y los servicios de apoyo (facilidades: folletos, paneles en el lugar)					
11. El refrigerio ofrecido (de ser el caso)					
12. En general toda la organización del tour					
13. La relación precio/calidad del servicio					
14. ¿Crees que nuestra página web y redes sociales son fáciles de navegar y encontrar la información deseada?					

B. En general, en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría la calidad del servicio brindado.

	1	2	3	4	5
1. Calidad del servicio					
2. Evaluación general de la experiencia					

C. En general, recomendaría Usted los servicios de esta empresa a algún amigo o familiar:

SÍ NO

¿Considerarías elegir nuestra agencia en el futuro?

SÍ NO

¡Muchas Gracias!



5.6. REGISTRO DE SOLICITUDES Y CONFIRMACIONES

RESERVAS CLIENTES

N°	Fecha	Nombre del Pasajero	N° de Acompañantes	N° DNI/ Pasaporte	Condiciones particulares	Destino	Itinerario		Fecha Inicio	Fecha Fin	Guía	Hotel	Responsable de confirmación	Costo total	Forma de pago	Pago saldo	N° de Factura
							Descripción	N° Días									
1																	
2																	
3																	
n																	

RESERVAS PROVEEDORES

N°	Fecha	Nombre del Pasajero	N° de Acompañantes	N° DNI/ Pasaporte	Condiciones particulares	Destino	Itinerario		Fecha Inicio	Fecha Fin	Guía	Hotel	Responsable de confirmación	Código de reserva	Forma de pago	Pago saldo	N° de Factura
							Descripción	N° Días									
1																	
2																	
3																	
n																	



5.7. RELACIÓN DEL CONTENIDO DEL EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS

En el cumplimiento del numeral d), numeral 7.1., artículo 7 del Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura, el contenido mínimo del equipo de primeros auxilios debe incluir lo siguiente:

- a) Guantes descartables
- b) Bolsas para descartar material contaminado
- c) Gasas y Vendajes: vendas, gasas estériles, gasas comunes, tela adhesiva hipoalergénica, bandas autoadhesivas.
- d) Desinfectantes: alcohol etílico, jabón, solución yodo povidona, solución fisiológica, agua oxigenada.
- e) Jeringa sin aguja para lavar heridas.
- f) Féculas.
- g) Tijera de acero inoxidable.
- h) Pinza de depilar.
- i) Termómetro.
- j) Azúcares y sales de rehidratación.
- k) Crema para quemaduras.
- l) Medicamentos y sus indicaciones.
- m) Estuche que contenga el equipo de un material durable, no corrosivo, resistente al agua, cerrado herméticamente.



5.8. FORMATOS PARA TURISMO DE AVENTURA

Todos los formatos requeridos pueden descargarse en el siguiente link:

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/normas-legales/22425-3-2018-mincetur-vmt>

Presentamos algunos de ellos a continuación:

DECLARACIÓN JURADA DE COMPROMISO DE PRESTAR SERVICIOS CON PERSONAL ESPECIALIZADO
(Debe ser llenado por el representante de la Agencia de Viajes y Turismo)

El que suscribe, _____ (nombre completo del declarante), con D.N.I./C.E./Pasaporte N° _____ on domicilio en _____, representante de la Agencia de Viajes y Turismo denominada _____, con R.U.C. N° _____, ubicada en _____ (dirección), ante usted **DECLARO BAJO JURAMENTO:**

Que la Agencia de Viajes y Turismo que represento brindará el servicio turístico de aventura en la(s) modalidad(es) de _____ (indicar la(s) modalidad(es) de turismo de aventura que la agencia de Viajes y Turismo realizará), con personal debidamente especializado, conforme a las disposiciones contenidas en el artículo 21 del Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura.

La presente Declaración Jurada la realizo según lo señalado en el literal e) del numeral 7.1 del artículo 7 del Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura por lo que en virtud del principio de presunción de veracidad previsto en el numeral 1.7 del artículo IV y el artículo 49 del TUO de la Ley N° 27444, Ley del procedimiento Administrativo General, me sujeto a las acciones legales que correspondan de acuerdo a la legislación nacional vigente.

Día/Mes/Año

(Firma del Declarante)
(Nombres y Apellidos del Declarante)
(D.N.I./C.E./Pasaporte)



5.9. CERTIFICACIONES EN TURISMO SOSTENIBLE

DECLARACIÓN JURADA DE CONDICIONES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO
(DEBE SER LLENADO POR EL TURISTA)

El que suscribe _____ (nombre completo del declarante), con D.N.I.C.E./Pasaporte N° _____ de nacionalidad _____, con domicilio real _____, ante usted **DECLARO BAJO JURAMENTO:**

A. CONOCIMIENTO Y ACEPTACION DE RIESGOS
Que he tomado conocimiento y aceptado los riesgos que involucra el desarrollo de la actividad de turismo de aventura en la modalidad _____, los cuales han sido explicados y detallados en cumplimiento de lo establecido en el artículo 12 del Reglamento de Seguridad para la prestación del Servicio Turístico de Aventura, por _____ (nombres y apellidos), con CN N° _____, en representación de la Agencia de Viajes y Turismo denominada _____ con RUC N° _____, ubicada en _____ (dirección) y con certificado de Autorización para prestar el servicio de turismo de aventura N° _____.

B. CONTAR CON ESTADO DE FISICO Y DE SALUD IDÓNEOS
Que cuento con un estado físico y de salud idóneos para desarrollar la actividad de turismo de aventura en la modalidad de _____, condiciones que han sido explicadas y detalladas en cumplimiento de lo establecido en el artículo 12 del Reglamento de Seguridad para la prestación del Servicio Turístico de aventura por _____ (nombres y apellidos), con CN N° _____, en representación de la Agencia de Viajes y Turismo denominada _____ con RUC N° _____, ubicada en _____ (dirección) y con Certificado de Autorización para prestar el servicio de turismo de aventura N° _____.

C. CHARLA DE INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN
Que he recibido de _____ (nombre completo), con DNI N° _____, en representación de la Agencia de Viajes y Turismo denominada _____ con RUC N° _____, ubicada en _____ (dirección) y con Certificado de Autorización para prestar el servicio de turismo de aventura N° _____, la charla de información y orientación de acuerdo a lo establecido en el artículo 12 del Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura.

La presente Declaración Jurada la realizo según lo señalado en los literales a) y b) del numeral 17.1 del artículo 17 y en el numeral 19.1 del artículo 19 del Reglamento de Seguridad para la prestación del Servicio Turístico de Aventura, respectivamente, por lo que en virtud del principio de presunción de veracidad previsto en el numeral 1.7 del artículo IV y el artículo 49 del TUO de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, me sujeto a las acciones legales que correspondan de acuerdo a la legislación nacional vigente.

Día/Mes/Año: _____

(Firma del Declarante)
(Nombres y Apellidos del Declarante)
(D.N.I.C.E./Pasaporte)



El sistema TourCert, dirigido a operadores turísticos, hoteles y otras empresas del rubro turístico, tiene como objetivo mejorar la eficiencia energética y el rendimiento medioambiental, y también ahorrar costos.

<https://www.tourcert.org/es/nuestros-servicios/empresa>



Preferred by Nature ofrece a los alojamientos y operadores turísticos, incluidas empresas de gestión de destinos, certificación y servicios para ayudarlos a mejorar y promover sus prácticas ambientales, sociales y económicas.

<https://preferredbynature.org/certification/sustainable-tourism/sustainable-tourism-certification>



El Good Travel Seal, especialmente diseñado para que sea factible y asequible para las PYME, está disponible para todo tipo de empresas de la cadena de suministro turístico (hoteles, B&B, agencias de viajes, campings, restaurantes, etc.), aplica criterios en el

ámbito del medio ambiente, la responsabilidad social, la salud y la seguridad, y algunos criterios específicos del sector.

<https://greendestinations.org/>

Para mayor información, se puede revisar la web del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) - Organismo de acreditación internacional para la certificación en turismo sostenible: <https://www.gstcouncil.org/certificacion/organismosdecertificacion-acreditados/?lang=es>



5.10. EJEMPLO DE COMUNICACIÓN HACIA LOS CLIENTES

UN TURISTA RESPONSABLE...

1. Cumple con los protocolos de bioseguridad y se asegura de estar sano antes de viajar.
2. Preserva y cuida el medio ambiente. Camina solo por senderos autorizados.
3. Valora las tradiciones y costumbres locales.
4. Ayuda en la preservación del patrimonio natural y cultural.
5. No derrocha el agua y la energía eléctrica.
6. Respeta el silencio, la naturaleza tiene sus propios sonidos.
7. Guarda su basura hasta encontrar un contenedor y minimiza la generación de residuos.
8. Contribuye con la economía local.
9. Hace sus reservas con anticipación.
10. Elige los servicios formales.



5.9. ESSNNA

Todos los prestadores de servicios turísticos deben estar suscritos al Código de Conducta para la prevención de la ESNNA, lo cual se acreditará con la firma de la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria a través de la DIRCETUR.

Algunos de los deberes de los prestadores de servicios turísticos a fin de garantizar la protección e integridad de niñas, niños y adolescentes, son:

- Mantener un apolítica ética y de rechazo en su establecimiento.
- Denunciar a la autoridad competente todo hecho vinculado con la ESNNA.
- Presentar un informe anual reportando las acciones realizadas en el marco de la prevención de la ESNNA a la DIRCETUR.
- Colocar en un lugar visible de su establecimiento el material informativo de la prevención de la ESNNA, diseñado por el MINCETUR.



EN ESTA AGENCIA
**NO PROMOVEMOS NI PERMITIMOS LA
EXPLOTACIÓN SEXUAL DE NIÑAS,
NIÑOS Y ADOLESCENTES,
NI CUALQUIER OTRO ILÍCITO PENAL DE CUAL
TOMEMOS CONOCIMIENTO EN EL DESARROLLO
DE NUESTRA ACTIVIDAD, CONFORME A LO
DISPUERTO EN LA LEY N° 29408**

IN THIS TRAVEL AGENCY, WE DO NOT PROMOTE OR PERMIT THE SEXUAL
EXPLOITATION OF GIRLS, CHILDREN AND TEENAGERS, NOR ANY OTHER
CRIME OF WHICH WE TAKE KNOWLEDGE IN DEVELOPMENT OF OUR
ACTIVITY, ACCORDING TO LAW N° 29408

En el marco de las disposiciones legales que sancionan penalmente las conductas vinculadas a la ESNNA, conforme al Código Penal Peruano tenemos:

- Ley N° 29408 "Ley General de Turismo" y su Reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2010-MINCETUR.
- Ley N° 30963 "Ley que modifica el código penal respecto a las sanciones del delito de explotación sexual en sus diversas modalidades y delitos conexos, para proteger con especial énfasis a las niñas, niños, adolescentes y mujeres".
- Ley N° 30802 "Ley que establece condiciones para el ingreso de niñas, niños y adolescentes a establecimientos de hospedajes a fin de garantizar su protección e integridad".

Si conoces algún caso de explotación sexual de menores,
¡no dudes en denunciarlo!
Tu denuncia puede ser anónima si así lo prefieres.



Llama gratis
**Línea
100**
Las 24 horas, todos los días.

EL PERÚ PRIMERO



5.11. PASOS PARA APLICAR A LA CERTIFICACIÓN SAFE TRAVELS

Paso 1: Presentar carta dirigida a la DIRCETUR, con la intención de participar en el proceso de reconocimiento del Sello Safe Travels, firmada por el representante de la empresa.

Paso 2: Presentar Declaración jurada de conocimiento y cumplimiento de compromisos y requisitos de mitigación de la Covid 19.

Paso 3: El prestador deberá adjuntar el documento del Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del Covid-19 en el Trabajo que corresponda a su establecimiento.

Es preciso indicar que, a la presentación de la documentación mencionada, el equipo de monitoreo de la DIRCETUR realizará una visita inopinada al establecimiento, para verificar la implementación y cumplimiento de lineamientos sanitarios, de acuerdo a actas que se adjunta según rubro (hospedaje, restaurantes, agencias de viaje, atractivos turísticos y espacios públicos).

A la verificación y conformidad de los requisitos y compromisos, la DIRCETUR enviará autorización de uso y condiciones del Sello Internacional Safe Travels.



CARTA DE SOLICITUD PARA EL SELLO SAFE TRAVELS:

_____ de _____ de 2022.

Señores:

EQUIPO TÉCNICO DEL DESTINO TURÍSTICO *

Asunto: INTENCIÓN DE PARTICIPAR EN EL PROCESO DE RECONOCIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DEL SELLO SAFE TRAVELS*.

Me es grato dirigirme a usted, para saludarle cordialmente en representación de _____, identificada con RUC N° _____ ubicada en _____ (Dirección legal) y en _____ (Dirección comercial), Provincia de _____, Región San Martín, para solicitar a su despacho, la incorporación de mi representada para obtener el sello SAFE TRAVELS en el Destino Turístico Ato Mayo.

Cabe señalar que, _____, viene cumpliendo con las medidas de prevención y control frente al COVID-19 con el objetivo de cuidar la salud de nuestros comensales; asimismo, se viene cumpliendo con los "Lineamientos Sanitarios de Destinos Turísticos ante el COVID-19", aprobado mediante la Resolución Ministerial N°195-2020-MINCETUR, de acuerdo a la información que se adjunta.

Hago propicia la oportunidad para testimoniarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Firma:

Nombre

DNI N° _____

Cargo _____

MODELO DE LA DECLARACIÓN JURADA

Yo, _____ con DNI N° _____, en representación de _____, ubicado en el Distrito _____, Provincia de _____, Región San Martín, presento la siguiente Declaración Jurada, en cumplimiento de:

1. Haber cumplido con el registro e implementación del Plan para la Vigilancia, Prevención y Control del Covid-19 en el Trabajo (PVPC-19).
2. Haber implementado los protocolos y/o lineamientos sectoriales respectivos de acuerdo al rubro de los servicios de mi representada.
3. Tener conocimiento y haber asumido el compromiso de informar y promover entre los visitantes el cumplimiento de las medidas de distanciamiento físico, limpieza y desinfección de manos, uso correcto de mascarillas u otros EPP adecuados, y de reportar, en caso de incumplimiento de parte de los visitantes, a las autoridades correspondientes.
4. Tener conocimiento y haber asumido el compromiso del registro en el formato de incidentes de acuerdo al Anexo N.° 2 de los Lineamientos Sanitarios ante el Covid-19 para Destinos Turísticos.
5. Tener conocimiento y haber asumido el compromiso de identificar las incidencias que puedan incrementar el riesgo de contagio del COVID-19 en el destino, así como coordinar con las instancias competentes las medidas a implementar.
6. Tener conocimiento y haber asumido el compromiso de participar activamente en las reuniones de coordinación con las autoridades regionales y/o locales, para analizar los resultados obtenidos de la implementación de protocolos y/o lineamientos en el destino; así como de reportar a las autoridades sectoriales competentes sobre los principales requerimientos y/o avances que permitan el mejor desarrollo de la actividad turística en el destino.
7. La implementación del PVPC-19 y de los protocolos sectoriales respectivos han sido verificados con las entidades competentes.

Me afirmo y ratifico en lo expresado, en señal de lo cual firmo la presente Declaración Jurada.

Ciudad: _____ de _____ de 2021.

Nombre

DNI N° _____

Cargo _____

INFORMACIÓN DE REFERENCIA:

Sobre normativa, clasificación y categorización empresas de transporte turístico:

DS 026-2019-MTC que modifica el Reglamento Nacional de Administración de Transporte , el Reglamento de Placa Única Nacional de Rodaje y establece otras disposiciones

DS N° 017-2009-MTC, “Reglamento Nacional de Administración de Transporte” ,

DS N° 017-2008-MTC, “Reglamento de Placa Única Nacional de Rodaje”

CODIGO ESNNA: D.S. N°005-2021-MINCETUR

Sobre Protocolos de Seguridad COVID-19:

Resolución Ministerial N°972-2020-MINSA, “Lineamientos para la Vigilancia, Prevención y Control de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición a SARS-COV-2”.

NOTA: Algunas restricciones pueden variar, ya que son dadas en función a la situación generada por la pandemia.

Sobre calidad turística:

Manuales de Buenas Prácticas CALTUR

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/

<http://www.calidadturistica.pe>

CENFOTUR - Centro de Formación en Turismo

Institución acreditada para la evaluación de calidad y certificación de competencias laborales en servicios turísticos.

<https://www.cenfotur.edu.pe>

Sobre sostenibilidad:

Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible - APTAE

https://media.peru.info/catalogo/Attach/manual_de_buenas_practicas_9124.pdf

Center for Ecotourism and Sustainable Development. (2007).

Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo.

https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf

Global Sustainable Tourism Council. (s.f.). Criterios globales de

turismo sostenible. Recuperado de <https://www.gstcouncil.org/wpcontent/uploads/2017/01/Spanish-GSTC-Dv1-1nov13-2.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (1999). Código de Ética Mundial para el Turismo.

<https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2002). Ecoturismo y áreas protegidas.

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

Rainforest Alliance. (2008). Buenas prácticas para turismo sostenible.

http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf

