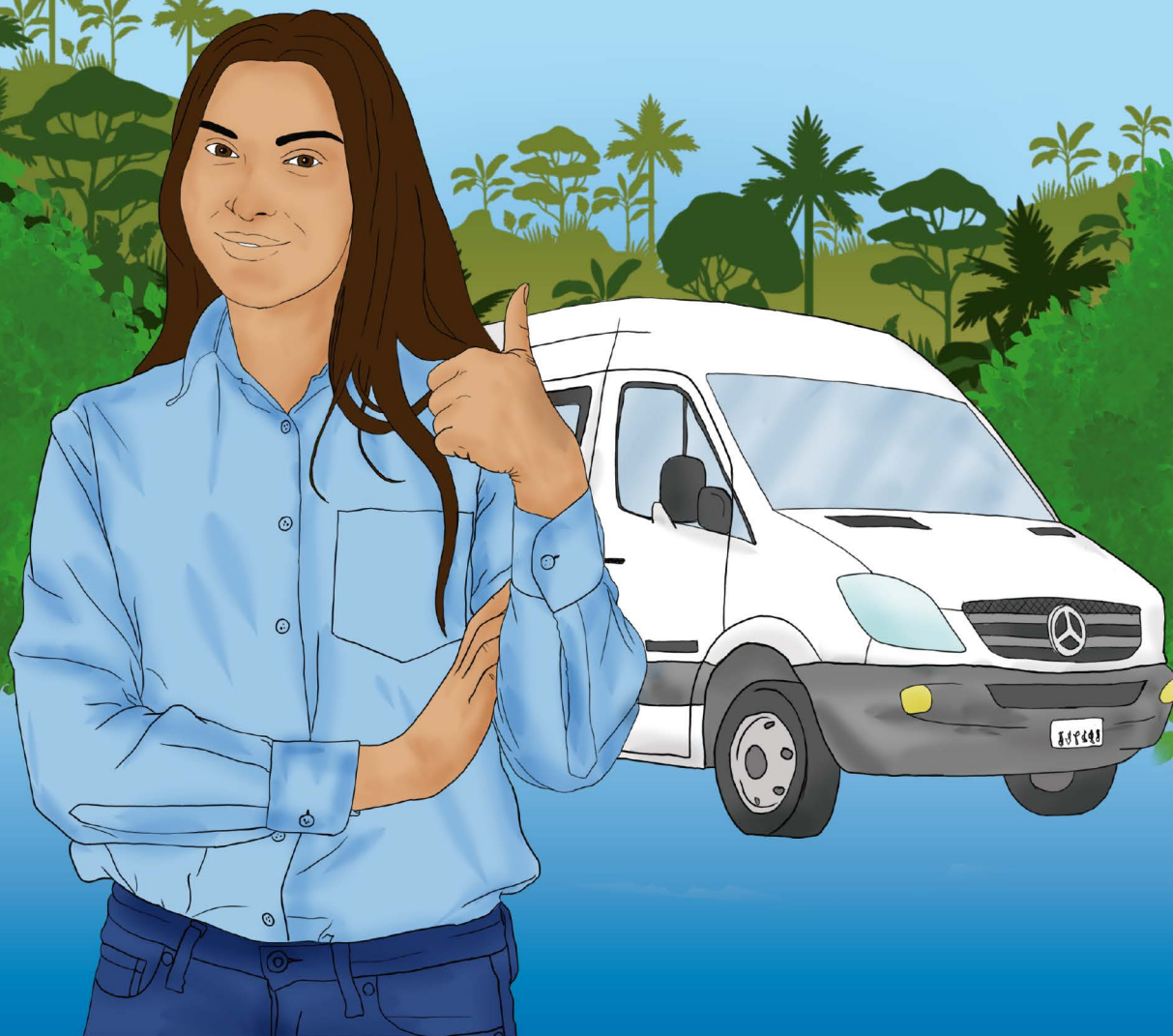


BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO DE NATURALEZA PARA TRANSPORTE TERRESTRE



MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO DE NATURALEZA PARA RESTAURANTES

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

Venta del servicio

Prestación del servicio

Unidades de transporte y seguridad

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 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 Transporte Turístico Terrestre** 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 Transporte Terrestre" 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.

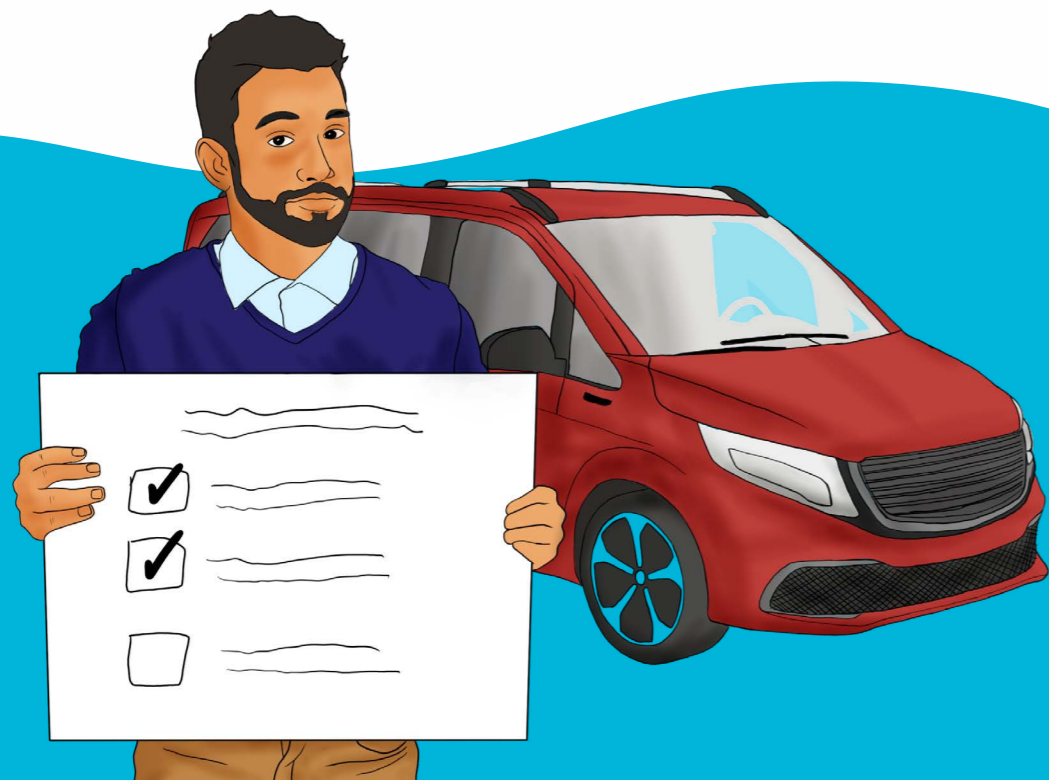


Íconos que resalten los puntos que se conectan a un formato específico que se adjunta en la sección de Anexos.

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	
Sé cuáles son las necesidades de mis clientes e intento satisfacerlas con el servicio que brindo.	
El personal está entrenado con criterios básicos de atención al cliente.	
Total	

GESTIÓN DE CALIDAD	
La empresa está formalizada.	
La empresa está organizada por áreas, de tal manera que se pueda administrar de manera más eficiente y brindar nuestros servicios de forma más organizada.	
Tenemos manuales de procedimientos por áreas y/o tareas.	
Tenemos una misión y visión de la empresa y el personal lo conoce.	
Conozco cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de mi empresa.	
El personal y la administración, conocen y cumplen fielmente con el sistema de trabajo que se ha desarrollado en la empresa.	
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.	
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.	
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.	
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.	
GESTION 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)	
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.	

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO

VENTA DEL SERVICIO	
El personal que brinda información al cliente "potencial", es fácilmente identificado, para lo cual lleva uniforme y un distintivo con su nombre.	
El personal que brinda información al cliente "potencial" está preparado para facilitar la información detallada del servicio, absolver dudas, entre otros, con buena disposición y rapidez para la atención, ya sea presencialmente, telefónicamente o a través de algún medio virtual.	
En la contratación del servicio con un grupo o agencia, se elabora una ficha de reserva donde se indicarán los requerimientos del turista o grupo de turistas a atender.	
Entregamos siempre comprobantes de pago (boleta o factura) cumpliendo las disposiciones legales vigentes.	
Total	

PRESTACIÓN DEL SERVICIO	
Antes de realizar un servicio, se verifica la limpieza del vehículo, que cuente con todo el equipamiento necesario (botiquín, extinguidor, otros) y documentos necesarios.	
El personal en contacto con el cliente (conductores y otros), vela por la seguridad e integridad de los pasajeros y de sus objetos personales en todo momento.	
Cuidamos que los conductores tengan una buena imagen (uniforme, limpieza, actitud confiable).	
Nuestros conductores están capacitados en conocimientos prácticos como: atención al cliente, disposiciones legales vigentes, primeros auxilios, entre otros.	
Nuestro servicio es siempre puntual.	
Nuestro personal sabe cómo reaccionar en el camino ante imprevistos o cualquier requerimiento del cliente.	
Nuestros conductores son capaces de comunicarse de manera respetuosa manteniendo al cliente informado de todo, principalmente de lo relacionado a la ruta.	
Total	

UNIDADES DE TRANSPORTE Y SEGURIDAD	
En caso de emergencias, contamos con un procedimiento para prestar ayuda a los conductores y embarcar a los turistas en otro vehículo en caso fuese necesario. Siempre respetamos las medidas de seguridad vial para minimizar riesgos.	
El conductor usa siempre el cinturón de seguridad y solicita que los pasajeros lo usen también.	
Las unidades de transporte están en buenas condiciones técnicas.	
Las unidades de transporte brindan comodidad y tienen buena presentación.	
Nuestros vehículos siempre llevan y/o cuentan con los elementos de emergencia obligatorios: extintores de Fuego (Vehículo M1 – Extintor de 2 kg., Vehículo M2 – Extintor de 4 kg.), neumático de repuesto, conos o triángulos de seguridad y botiquín.	
Nuestros vehículos siempre llevan y/o cuentan con los elementos de emergencia obligatorios: extintores de Fuego (Vehículo M1 – Extintor de 2 kg., Vehículo M2 – Extintor de 4 kg.), neumático de repuesto, conos o triángulos de seguridad y botiquín.	
El conductor siempre porta: Licencia de Conducir, Tarjeta Única de Circulación, Tarjeta de Propiedad, Certificado de Inspección Técnica Vehicular, SOAT, Manifiesto de usuarios.	
Nuestros conductores conocen las disposiciones legales sobre el transporte turístico terrestre expedidas tanto por el Ministerio de Transportes como por el de Turismo.	
No excedemos las jornadas máximas de conducción establecidas en las normas vigentes.	
Total	

CUADRO RESUMEN PARA EVALUAR LOS PUNTAJES OBTENIDOS

BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO	Puntaje Obtenido
VENTA DEL SERVICIO (Página 13)	
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.	
PRESTACIÓN DEL SERVICIO (Página 13)	
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.	
UNIDADES DE TRANSPORTE Y SEGURIDAD (Página 14)	
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.	

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SOSTENIBILIDAD

AMBIENTALES	
Cuidado del agua y la energía:	
Ahorramos energía, usando menos el aire acondicionado. Si lo usamos, cerramos las ventanas del vehículo para que sea más eficiente. Siempre está en buenas condiciones.	
Apagamos el motor si estamos mucho tiempo detenidos por efectos del embarque o desembarque de pasajeros.	
Ahorramos agua evitando desperdiciarla cuando hacemos limpieza de los vehículos. Preferimos usar aspersores de gran amplitud porque gasta menos agua o balde, nunca una manguera.	
No lavamos las unidades y/o equipos cerca de ríos, lagos o fuentes de agua natural. Echamos el agua sucia por lo menos a unos 30 metros de los cuerpos de agua, de preferencia en zonas pedregosas o arenosas.	
Utilizamos detergentes biodegradables para la limpieza de los vehículos.	
Total	
Prevención y mitigación de la contaminación del aire:	
Uso de combustible. Procuramos utilizar combustible con menos contenido de azufre, mayor octanaje y/o libre de plomo o vehículos que usen combustibles alternativos o limpios.	
Procuramos circular en áreas urbanas con una velocidad promedio entre 35 a 45 Km/h, para generar menor cantidad de gases contaminantes.	
Si tenemos que mantener el vehículo por más de un minuto ya sea frente al semáforo o por excesivo tráfico, apagamos el auto.	
Mantenemos las unidades en perfectas condiciones. Afinamos el motor, cambiamos los filtros y hacemos el mantenimiento según las recomendaciones del fabricante.	
Cumplimos con los controles y evaluaciones de emisiones que solicitan la Municipalidad y/o el Ministerio de Transportes. Los gases o "humos" dependen del tipo de motor y de su estado y antigüedad.	
Total	

Basura / Manejo de residuos sólidos:	
Tenemos una cartilla de instrucciones sobre el manejo de residuos durante el viaje en un lugar visible y solicitamos a los turistas que la lean. Solicitamos a los pasajeros que no echen sus desperdicios por la ventanilla.	
Si damos el servicio de comidas, usamos o cuidamos que los proveedores usen recipientes y envases retornables o biodegradables.	
Tenemos en cada unidad un tacho (o saquitos) para basura orgánica y otro para basura inorgánica.	
Total	
Áreas naturales protegidas y biodiversidad:	
Usamos las carreteras y vías autorizadas. No tomamos atajos ni abrimos nuevos caminos.	
Conducimos con cautela especialmente si estamos en áreas naturales, teniendo cuidado con los animales silvestres, especialmente de noche.	
Evitamos la contaminación sonora para no perturbar la vida silvestre, usando la bocina del vehículo solamente en caso de emergencia.	
Colocamos silenciadores y aseguramos que la maquinaria esté en buen estado para evitar ruidos innecesarios.	
Total	
Compra de productos / proveedores:	
Para el mantenimiento de la flota de vehículos, usamos los servicios de un taller mecánico que es responsable ambientalmente, especialmente en el manejo de residuos ya que en esta labora se generan residuos peligrosos.	
Utilizamos aceites sintéticos, que son de alta calidad, más duraderos o más ecológicos.	
Total	

SOCIALES	
Contratamos personal local.	
El personal proporciona 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.	
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.	
Cuenta con implementación dentro de las unidades de transporte relacionado a los protocolos de bioseguridad como superficie de aislamiento entre conductor y pasajeros, insumos para desinfección de manos, carteles informativos, otros.	
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.	
Las unidades de transporte se mantienen ventiladas mientras se prestan los servicios.	
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 16)	
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.	
AMBIENTALES: Prevención y mitigación de la contaminación del aire (Página 16)	
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.	
AMBIENTALES: Basura / Manejo de residuos sólidos (Página 17)	
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: Áreas naturales protegidas y biodiversidad (Página 17)	
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.	
AMBIENTALES: Compra de productos / proveedores (Página 17)	
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.	

BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SOSTENIBILIDAD	Puntaje Obtenido
SOCIALES: GENERAL (Página 18)	
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.	
SOCIALES: Protocolos Sanitarios (Página 18)	
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.	

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

En términos generales, lo que un cliente requiere de un servicio de transporte es:

- Un vehículo en buen estado y limpio.
- Sentirse seguro y cómodo, esto tiene que ver con la unidad de transporte como con la seguridad que inspira el chofer.
- Pagar el precio justo por el servicio a recibir.

Pero también buscan que:

- Les presten atención e información.

No sólo busca satisfacer la necesidad de trasladarse como parte de sus actividades turísticas, busca satisfacer otro tipo de necesidades que valora y está dispuesto a pagar por un servicio que tenga características especiales.

SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE:

Es un servicio de transporte especial de personas que tiene por objeto el traslado de visitantes, por vía terrestre hacia, desde y/o dentro de lugares que constituyen un atractivo turístico o son de interés para el turismo, con la finalidad de realizar diversas actividades y/o consumir servicios turísticos. Se presta en vehículos que cuentan con comodidades especiales.



¿Cómo puedo conocer mejor a mis clientes?

Una forma de conocer a su cliente, es estableciendo una comunicación directa y abierta mientras el servicio se lleva a cabo o creando

herramientas para obtener información sobre su opinión del servicio prestado y sobre sus expectativas (ver pág. 33,34). Esto lo ayudará a ir realizando mejoras continuas para ajustarse a lo que esperan sus clientes.

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.

Muchas empresas de transporte trabajan a través de alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores de turismo. En este caso, las agencias pueden proporcionar información sobre los clientes finales como parte de mantener una orientación hacia un servicio de calidad y estar alineados en los mismos criterios para la prestación del servicio.



ALIANZAS ESTRATÉGICAS:

son acuerdos comerciales que pueden establecerse entre dos empresas con el fin de buscar objetivos comunes. Estos beneficios pueden ser económicos, de imagen, de estabilidad institucional, entre otros.

2. GESTIÓN DE LA CALIDAD

Formalidad, un paso fundamental en la calidad

Las CONDICIONES MÍNIMAS para brindar el servicio de Transporte Turístico Terrestre son: contar con RUC y estar formalizado, tener en buen estado las unidades de transporte, cumplir con la normativa técnica vigente (DS 026-2019-MTC que modifica el Reglamento Nacional de Administración de Transporte y el DS 017-2009 y 017-2008-MTC que se encuentran vigentes), conocer y respetar las demás normas de seguridad y disposiciones municipales correspondientes y contar con una página web, en la que se especifique el servicio que presta, sus condiciones, restricciones y advertencias.

Las agencias de viaje, registradas como Prestadores de Servicios Turísticos Calificados acreditadas como tales por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, pueden acceder a brindar el servicio de transporte turístico terrestre, aún cuando en su estatuto social no se señale como la principal actividad o giro económico de la persona jurídica.



Tener su empresa formalizada es obligatorio para dar un respaldo y mayor seriedad a su negocio, y es algo que los turistas nacionales y extranjeros valoran. También es un compromiso con la calidad pues contribuye a brindar seguridad al consumidor.




Algunos de los requisitos básicos para una empresa de transporte terrestre turístico son:

- Contar con clasificación vehicular vigente.
- Contar con los requisitos técnicos generales, según la categoría.
- Contar con el equipamiento necesario para la prestación del servicio de transporte turístico. (Anexo 5.1)
- Contar con infraestructura fija necesaria para el desarrollo de las actividades.

Figura 1: Clasificación vehicular según categoría de vehículos

CLASIFICACIÓN VEHICULAR - CATEGORÍA DE VEHÍCULOS



M1		Vehículos de 8 asientos o menos, sin contar el asiento del conductor	
M2	C1	Vehículos de más de 8 asientos, sin contar el asiento del conductor y peso bruto vehicular de 5 toneladas o menos. Construidos con áreas para pasajeros de pie permitiendo el desplazamiento frecuente de éstos.	
M2	C2	Vehículos de más de 8 asientos, sin contar el asiento del conductor y peso bruto vehicular de 5 toneladas o menos. Construidos principalmente para el transporte de pasajeros sentados y también diseñados para permitir el transporte de pasajeros de pie en el pasadizo y/o en un área que no exceda el espacio provisto para dos asientos dobles.	

Fuente: Ministerio de Transporte y comunicaciones (2015)

Según el reglamento, la clasificación del servicio turístico puede ser:

- Por el ámbito territorial:
 - Servicio de transporte turístico provincial
 - Servicio de transporte turístico interprovincial de ámbito regional
 - Servicio de transporte turístico interprovincial de ámbito nacional
 - Servicio de transporte turístico internacional

Si usted cuenta con el permiso de operaciones de ámbito nacional, podrá prestar el

servicio de transporte turístico terrestre en el ámbito regional y provincial sin necesidad de contar con permiso de la autoridad regional o local. En caso cuente con permiso de operaciones de ámbito regional, solo podrá ofrecer servicio de transporte turístico en el ámbito provincial.

- Por la forma o modalidad del servicio que presta:
 - De traslado
 - Visita local
 - Excursión
 - Gira
 - Circuito

Traslado: transporte de los visitantes desde el terminal donde arriban, establecimientos de hospedaje u otros hasta puntos de destino dentro de la misma ciudad o centro poblado y viceversa.

Visita Local: transporte organizado de visitantes dentro de una misma ciudad o centro poblado para conocer o disfrutar de los atractivos del lugar.

Excursión: transporte de visitantes fuera de la ciudad o centro poblado donde se origina el servicio, no incluyendo el pernocte.

Gira: transporte de visitantes entre centro turísticos, con itinerario fijo y preestablecido, que se inicia en una ciudad o centro poblado diferente al que se concluye.

Circuito: transporte que, partiendo de una ciudad o centro poblado, realiza un recorrido por diferentes centros turísticos de otros lugares, con itinerario fijo y preestablecido, y concluye retornando al punto de origen.



El servicio de transporte bajo la modalidad de transporte turístico de aventura, incluye el ecoturismo y el turismo de naturaleza y puede realizarse en vehículos de la categoría M de la clasificación vehicular, que cumplan con lo que dispone el RNV y se encuentren acondicionados para el transporte de personas en condiciones de seguridad y comodidad y, equipados apropiadamente para el tipo de servicio a realizar.

El transporte turístico de aventura se presta sin emplear la red vial pavimentada, aunque pueden circular en la red vial provincial localizada en los centros poblados, sin realizar prestación de servicio o sin visitantes a bordo. La autoridad competente establecerá mediante Ordenanza Municipal las vías por las cuales pueden circular dichos vehículos. En caso de que la prestación del servicio se realice en Áreas Naturales Protegidas se debe cumplir, además, con las condiciones y procedimientos establecidos en la normativa específica.

TRANSPORTE TURÍSTICO DE AVENTURA:
Consiste en el transporte realizado en espacios naturales o escenarios al aire libre, que implica un cierto grado de riesgo. En algunas modalidades del transporte turístico de aventura el vehículo utilizado puede constituir un elemento que forma parte de la experiencia del viaje y que cuentan con características especiales.



Definir su negocio

A nivel concreto, usted vende el servicio de transporte, pero un cliente valora otros aspectos del servicio que suman en su experiencia y por las que está dispuesto a pagar. Defina lo que quiere transmitir y también lo que lo hace único, diferenciándose con la competencia, ya que esto dará un valor agregado a su servicio; aspectos como el nivel de lujo y confort de sus vehículos, o su compromiso con la sostenibilidad son algunos ejemplos.

En este sentido, definir la misión y la visión de la empresa es importante. A nivel administrativo, también ayudará a orientar sus decisiones financieras.

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 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"> • 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.



TURISMO DE AVENTURA:
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.

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.



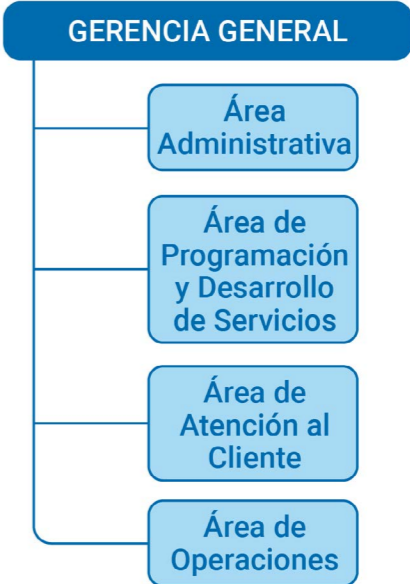
¿Cómo implementamos acciones orientadas a la calidad?

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.

La organización interna debe permitir a los gerentes, o a quienes asuman la dirección y administración, manejar los procesos de forma eficiente y eficaz, tomando decisiones que logren una gestión adecuada que se refleje en el personal, generando un clima laboral agradable y que propicie resultados económicos positivos.

A continuación, se presenta un modelo de organigrama que las empresas podrían tomar en cuenta:



GERENCIA GENERAL
Encargada de planear, organizar y dirigir todas las demás áreas de la empresa para lograr los planes de acción, objetivos y metas. Toma las decisiones fundamentales y deriva responsabilidades hacia el personal.

ÁREA ADMINISTRATIVA
Se encarga de poner en práctica las decisiones de la gerencia general y de controlar el funcionamiento diario de la empresa, vigilando que cada área ejecute sus funciones de acuerdo a lo planificado. Debe tener

en orden todos los permisos de operación y contacto directo con las autoridades pertinentes de navegación. Asimismo, se encarga de todo lo relacionado al personal: selección, contratación, pagos.

ÁREA DE PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO DE SERVICIOS

Se encarga de programar los traslados y monitorear los servicios prestados. Supervisa el área de operaciones y el área de atención al cliente para que cumplan con los procesos establecidos. También debe procesar la información correspondiente a las quejas, sugerencias y aplicar las medidas correctivas necesarias para mejorar la prestación del servicio.

ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Cumple la labor de estar al tanto de todas las actividades que puedan demandar los clientes, sean agencias de viaje o turistas. Realiza las reservas y programa los viajes. Debe contar con una línea de teléfono u otros canales para atender a los clientes y coordinar los servicios requeridos. Asimismo, debe contar con toda la información actualizada de los servicios a brindar para asesorar e informar y asistir a los clientes.

ÁREA DE OPERACIONES

En esta área está incluido todo el personal

que realiza el traslado de los turistas. Debe contar con un jefe de operaciones, que tiene como responsabilidad principal garantizar el buen desempeño del personal, así como de organizar, supervisar el buen funcionamiento de los vehículos, el mantenimiento diario y de todos los viajes realizados controlando que se realicen conforme las normas de seguridad pertinentes.



Puede ser que por el tamaño de la empresa no sea necesario contar con una estructura como la indicada, pero se deberán considerar todas las funciones ya que todas deberán ser asignadas y distribuidas.

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.

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 todos los colaboradores y cada uno debe tener su función clara.
- **MOTIVAR A LOS COLABORADORES:** estableciendo formas de reconocimiento y capacitando continuamente como mecanismos para 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

El nivel de satisfacción no se medirá solo en base a los aspectos concretos del servicio, como el estado de los vehículos, sino en base a la atención recibida por el personal, la que transmite una imagen de

la empresa. Por esta razón es importante que mantenga a todo el personal motivado, capacitado e involucrado 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 su personal, es una variable importante que le ayudará a diferenciarse positiva o negativamente.

Puede implementar un proceso de capacitación integral que comprenda:

- Conocimiento del negocio: misión, visión, políticas.
- Códigos de ética y comportamiento.
- Capacitación operativa y calidad del servicio.
- Políticas de sostenibilidad, a nivel ambiental y social.
- Seguridad vial y turística.
- Primeros auxilios y bioseguridad para la prevención del contagio de enfermedades infectocontagiosas.
- Cómo brindar información al turista.
- 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 preparado y comprometido. El proceso puede planificarse también de manera gradual.



*Lo importante es que **TODO** el personal operativo que tenga contacto con el cliente reciba el paquete básico de capacitación que se decida implementar. También saber que este paquete es independiente de las capacidades técnicas más específicas que el personal debe contar para el desarrollo de sus funciones. Para esto, es recomendable que elabore un perfil de su equipo de trabajo que incluya la descripción de cada cargo, sus funciones y responsabilidades, y las calificaciones necesarias para el puesto en lo que respecta a nivel profesional y experiencia.*

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, 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** que en los servicios de transporte turístico deben ser la fusión entre estándar

res de las características tangibles (el estado de los vehículos, la presentación del personal con uniformes) y los estándares del servicio o lo intangible, que se define por el personal que tiene contacto con el cliente (brindando una sonrisa o una cálida bienvenida, la educación y cortesía con la que se brinda información).



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.

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 acciones 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, para cuando ocurre una avería de un vehículo o un accidente ocasionado por terceros o un retraso en el traslado por situaciones ajenas. 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 tenga mecanismos o procedimientos para poder tener información sobre su opinión sobre el servicio recibido. Esta 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 5.2).
- 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. Asimismo, si trabaja bajo el esquema de una alianza estratégica, mantener una comunicación permanente con la agencia u operador es vital para tener información constante sobre la satisfacción de los clientes.

¿Cómo gestionamos las quejas y los reclamos?

En cualquier servicio pueden existir deficiencias o cometerse errores que motiven quejas por parte de los clientes y es el personal en contacto con los clientes son quienes principalmente deben afrontar las situaciones que se generan.

Se recomienda que la forma de manejarlo sea presentado las quejas y los reclamos a la administración a través de un procedimiento y medios establecidos para tal fin; sin embargo, el personal debe estar capacitado para afrontar estas situaciones. Algunas

recomendaciones son:

- Permita que el cliente hable.
- Maneje las quejas de forma diplomática, con educación y respeto.
- 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 también, 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 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. ATENCIÓN AL CLIENTE



Tenga claramente definido el proceso de atención al cliente y sus responsables para garantizar la rapidez en la respuesta, utilizando la vía más directa posible.

También manténgase actualizado en cuanto a las nuevas tecnologías y capacite de manera continua a las diferentes áreas para brindar una mejor y oportuna atención a sus clientes.

Las etapas en este punto son:

Recepción:

Es el primer paso del trato directo con el cliente "potencial", para lo cual se debe dar una buena impresión, facilitar la información detallada del servicio, absolver dudas, entre otros. El personal en este puesto deberá ser fácilmente identificado, para lo cual se sugiere que lleve uniforme y un distintivo con su nombre. Asimismo, deberá mantener una actitud positiva, entusiasta y con buena disposición y rapidez para la atención, ya sea presencialmente, telefónicamente o a través de algún medio virtual, dando una información clara y de fácil comprensión sobre los servicios y productos ofrecidos.

Reserva y/o venta del servicio:

Son los procesos que se inician después que el cliente decidió contratar el servicio. Se debe disponer, controlar y documentar los medios por los cuales se realizan las reservas con pro-

cesos claros y definidos. En caso sea un contrato con un grupo o agencia, se sugiere elaborar una ficha de reserva donde se indicarán los requerimientos de la empresa o grupo de turistas a atender. Se deben entregar comprobantes de pago (boleta o factura) cumpliendo las disposiciones legales vigentes.

2. PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Esta etapa se refiere al traslado en sí. Las personas responsables de garantizar la calidad del servicio y la seguridad, son el conductor y el guía o trasladista, que pueden ser parte del personal de la agencia u operador de turismo.

TRASLADISTA:

Es la persona encargada de realizar un transfer o traslado a una persona o grupo de personas entre dos puntos, brindando información sobre los diversos aspectos relacionados a su viaje. Un Guía de Turismo puede ejecutar el rol de guía, pero también puede hacer las veces de trasladista.



La preparación previa es muy importante para garantizar la correcta ejecución de la prestación del servicio y son los primeros pasos que, bien organizados, contemplan acciones fundamentales y la disposición de los recursos necesarios antes de la actividad.

- Antes de cada recorrido turístico, es necesario tener un conocimiento del terreno,

contemplando los riesgos físicos, ambientales y sociales, de tal manera que pueda elaborar un plan de acción donde se identifiquen las limitaciones de la ruta y las particularidades de los recorridos. En caso de emergencias, es necesario contar con un procedimiento para prestar ayuda a los conductores y embarcar a los turistas en otro vehículo.

- Identifique las necesidades del cliente y verifique con él los servicios contratados, así como las condiciones del servicio según los requerimientos.
- Prepare los equipos y recursos requeridos para la actividad, dando prioridad a aquellos que hagan parte de la seguridad y el manejo de emergencias. Asegúrese de tener equipos de comunicación, botiquines, cinturones de seguridad, extintores y combustible suficiente.
- Establezca un protocolo para el abastecimiento de combustible; abastezca de combustible al vehículo cuando no esté ocupado por pasajeros.
- El conductor debe estar listo con uniforme y placa de identificación.
- Antes de partir, verifique la limpieza del vehículo y que se cuente con los documentos obligatorios: Licencia de Manejo, Tarjeta Única de Circulación, Tarjeta de Propiedad, Certificado de Inspección Técnica Vehicular, SOAT vigente, relación de usuarios.

Los estándares básicos de calidad que se espe-

ran encontrar **durante la prestación** del servicio son:

Puntualidad: una llegada con retraso puede provocar la anulación de una cita o la pérdida de un enlace con otro tipo de transporte o del resto del servicio turístico.

Confiabilidad: 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 pasajeros y reflejar una imagen de seguridad.

Comodidad: la actitud de nuestro personal debe ser cortés y proactiva creando un clima de comodidad y el equipamiento del vehículo debe estar en buenas condiciones.

Rapidez: es la característica de reaccionar con velocidad frente a los problemas que se presenten en el camino como imprevistos o cualquier requerimiento del cliente.

Comunicación con el cliente: el 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.

Algunas recomendaciones más específicas a tomar en cuenta son:

- Brinde información al pasajero sobre el destino y el itinerario de viaje. Respete el itinerario del servicio.
- Brinde recomendaciones básicas al inicio de cada recorrido para que los viajeros sepan cómo actuar en caso de emergencia, incidente o accidente, resaltando las salidas de emergencia y el uso de las herramientas de seguridad, como cinturones.
- Brinde instrucciones a los viajeros para que durante los recorridos en el transporte no arrojen basura por las ventanas.
- Ubique la unidad de transporte en zonas apropiadas para que los viajeros ingresen, embarquen y desembarquen.
- Permanezca al volante siempre que el motor del vehículo esté encendido.

3. UNIDAD DE TRANSPORTE Y SEGURIDAD

Las unidades de transporte deben cumplir con el **mantenimiento vehicular** para que estén en óptimas condiciones realizando las acciones siguientes de manera regular:

- Afinamiento de motor
- Cambio de filtros
- Revisión de aceite
- Mantener la revisión técnica vigente
- Cumplir con las revisiones técnicas establecidas.

- Cumplir con las evaluaciones de emisiones solicitadas por la municipalidad y/o Ministerio de Transporte.

La empresa operadora de transporte debe llevar un cuaderno o registro de mantenimiento de cada automóvil y, preferentemente, establecer revisiones preventivas antes del uso de cada vehículo para verificar que este se encuentre en adecuadas condiciones que eviten inconvenientes en el camino.

Asimismo, los vehículos siempre deben estar bien equipados y contar con:

- El correcto funcionamiento de la cantidad mínima de luces establecidas en el RNV.
- El limpiaparabrisas.
- Material retroreflectivo.
- Cinturones de seguridad.
- Neumáticos en buen estado: nuevos o re-encachados, no deben presentar ampollas, deformaciones anormales, roturas u otros signos que evidencien el desgaste.
- Elementos de emergencia: extintores de Fuego (Vehículo M1 – Extintor de 2 kg., Vehículo M2 – Extintor de 4 kg.), neumático de repuesto, conos o triángulos de seguridad.

La **seguridad**, es un criterio que necesita profundizarse, implica que la operación de la empresa no debe poner en riesgo a los turistas, al

personal, a los moradores locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias teniendo siempre un botiquín de primeros auxilios, contando con personal capacitado y con un listado de teléfonos de emergencia.. También contar con un plan de contingencias para atender emergencias (por ejemplo, en caso de la avería del vehículo o un accidente de tránsito).



PLAN DE CONTINGENCIAS:

Es un conjunto de procedimientos alternativos a la operatividad normal de cada institución o empresa. Su finalidad es la de permitir el funcionamiento total de un proceso o servicio, aun cuando alguna de sus funciones deje de hacerlo por culpa de algún incidente tanto interno como ajeno a la organización.

El respeto por las medidas de seguridad vial también ayudará a reducir riesgos:

- Maneje a velocidad prudente, manteniendo una distancia adecuada en relación a otros vehículos y atento, no solo a las maniobras que realiza, sino también a los movimientos de los otros conductores.
- Evite frenadas, aceleraciones y cambios de marcha bruscos.
- Anticipe con tiempo los cambios de marcha con el fin de suavizarlos.
- Use siempre el cinturón de seguridad y exija que sus pasajeros lo usen también.
- Escoja recorridos que sean seguros.

SEGURIDAD VIAL:

Es el conjunto de acciones y mecanismos que garantizan el buen funcionamiento de la circulación del tránsito; mediante la utilización de conocimientos y normas de conducta; bien sea como peatón, pasajero o conductor, a fin de usar correctamente la vía pública previniendo los accidentes de tránsito.



Otras obligaciones de toda empresa transportista en términos de requisitos de la flota vehicular y en materia de seguridad son:

- Prestar exclusivamente el servicio de transporte autorizado.
- Mantener vigente la póliza de seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT) para cada vehículo de la flota vehicular.
- Mantener las características técnicas generales y específicas de los vehículos que le permitieron acceder al permiso de operación, cumpliendo con la normativa de Placas Únicas de Rodaje. (E Anexo 5.3)

PLACA ÚNICA DE DE RODAJE:

Elemento de identificación de los vehículos durante la circulación de éstos por las vías públicas terrestres.



- Disponer y verificar que los vehículos sean conducidos únicamente por conductores capacitados, con licencia de conducir vi-

- gente de la clase y categoría requeridas según el reglamento.
- No permitir que los conductores de los vehículos de la flota conduzcan bajo los efectos del alcohol o de estupefacientes.
 - Establecer y cumplir la jornada laboral de trabajo de los conductores: los conductores no deberán conducir por más de 5 horas continuas durante el día, ni más de 4 horas continuas durante la noche, ni por más de 12 horas en un periodo de 24 horas y deberán descansar por lo menos 2 horas entre jornada.
 - Comunicar a la autoridad competente la nómina de los conductores.
 - Colocar en el interior de los vehículos los avisos sobre las normas de seguridad y educación vial.
 - Informar, por escrito y dentro de las primeras 24 horas, a la autoridad competente o la Policía Nacional del Perú la ocurrencia de cualquier accidente de tránsito con daños personales, así como cualquier hecho que afecte al usuario.
 - Facilitar la labor de supervisión y fiscali-

zación entregando la información o documentación técnica, legal técnica, económica financiera y estadística relacionada con las actividades.

- Capacitar a los conductores conforme a lo establecido en el reglamento vigente.
- Los vehículos de las categorías M2 y M3 deberán exhibir la leyenda "Transporte turístico" en letras que sean visibles a una distancia de 50 metros y en colores que contrasten con el color del vehículo.
- Los vehículos de categoría M3 deberán contar con dispositivos en buen estado: dispositivos electrónicos que registren la velocidad, la detención del vehículo, el tiempo de viaje, la distancia recorrida y el limitador de velocidad, el cual se activa automáticamente cuando el vehículo excede la velocidad máxima establecida
- Conservar la hoja de ruta durante 180 días calendario posteriores a la fecha de utilización. La hoja de ruta y el disco diagrama o documento registrador de velocidad deben ponerse a disposición de la autoridad competente cuando esta los requiera.

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.

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.



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.

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 5.4)

CERTIFICACIÓN:

Se define como un procedimiento voluntario mediante el cual se evalúa, se somete a auditoría y se emite una garantía escrita, en el sentido de que una instalación, un producto, un proceso o un servicio, cumple con estándares específicos. Confiere un logotipo “mercadeable” a aquellos que satisfacen o superan estándares básicos.



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.

1. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

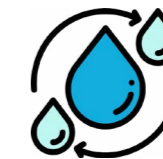
Las buenas prácticas hacen referencia a que la forma en que se deben llevar a cabo ciertas actividades para garantizar la calidad y este criterio puede también aplicarse mostrando respeto hacia el ambiente. La relación turismo y ambiente es importante porque el desarrollo y la continuidad de un destino 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.

Algunas áreas en las que se puede tener especial cuidado para aplicar criterios amigables con el medio ambiente son:



Cuidado del agua y la energía

Algunas recomendaciones están orientadas a ser responsables en el consumo del agua, pero también en tomar medidas que eviten su contaminación, especialmente en áreas naturales. En cuanto al uso de energía, las medidas están dadas también al uso responsable y sobretodo, más eficiente, bajo la premisa de que 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.

Tome en cuenta los siguientes puntos:

- Ahorre energía, usando menos el

aire acondicionado y/o calefacción. Si los usas, cierra las ventanas del vehículo y siempre mantenlos en buenas condiciones.

- Apague el motor si estás mucho tiempo detenido por efectos del embarque o desembarque de pasajeros.
- Ahorre agua evitando desperdiciarla cuando efectúes la limpieza de tu vehículo.
- No lave las unidades y/o equipos cerca de ríos, lagos o fuentes de agua natural. Eche el agua sucia por lo menos a unos 30 metros de los cuerpos de agua, de preferencia en zonas pedregosas o arenosas.
- La forma de lavar más adecuada es usando aspersores de gran amplitud porque gasta menos agua. Otra opción es utilizar un balde, nunca una manguera.



Prevención y mitigación de la contaminación del aire

USO DE COMBUSTIBLES

- Procure utilizar combustible con menos contenido de azufre, mayor octanaje y/o libre de plomo. Otra opción es adquirir vehículos que usen combustibles alternativos o limpios.

- Infórmese sobre la oferta de vehículos y renueva la flota según las posibilidades económicas ya que el servicio turístico exige cada vez mejor calidad de los vehículos.
- Ponga como meta reducir el consumo del combustible y usar uno con mayor rendimiento.

MANEJO VEHICULAR

- Procure circular en áreas urbanas con una velocidad promedio entre 35 a 45 Km/h, ya que así generas menor cantidad de gases contaminantes.
- Si el conductor tiene que mantener el vehículo por más de un minuto, ya sea frente al semáforo o por excesivo tráfico, apague el motor del auto.

MANTENIMIENTO VEHICULAR

- Mantenga todos los vehículos en perfectas condiciones mecánicas.
- Cumpla con los controles y evaluaciones de emisiones que solicitan la municipalidad y/o el Ministerio de Transportes.

Aunque estos puntos han sido mencionados ya anteriormente por razones de seguridad, los beneficios de tener las unidades de transporte en buen estado

se extienden al ambiente ya que de esta manera el motor y los mecanismos del vehículo trabajan mejor y generan menos emisiones contaminantes.



Gestión de residuos

RESIDUOS GENERADOS EN EL MANTENIMIENTO DE LOS VEHÍCULOS

Ya sea que la empresa cuente con un taller o un espacio propio para el mantenimiento de la flota de vehículos o que utilicen los servicios de un taller mecánico particular, debe observar o solicitar la consideración de las siguientes prácticas:

- Elabore una cartilla con instrucciones sencillas para el manejo de los residuos, determinando los que son peligrosos, sus riesgos, lugar de almacenamiento y quién debe gestionarlos.
- Utilice detergentes biodegradables para la limpieza de los vehículos.
- Es conveniente establecer un ambiente específico para el almacenamiento de residuos peligrosos como aceites usados, grasas, huaypes o trapos impregnados de aceite, baterías usadas, etc. Dicho espacio debe evitar las filtraciones

al suelo por si ocurren derrames, para lo cual se puede construir pisos de concreto con canaletas de desfogue y trampas de grasa. Debe contar con ventilación adecuada, techados y protegidos de las inclemencias del tiempo y con los sistemas de seguridad pertinentes. En caso de derrame se puede usar un material absorbente, siendo el más recomendable el aserrín.

- De ser posible, entregue los residuos peligrosos a una Empresa Prestadora de Servicios de Residuos Sólidos – EPS-RS registrada y con registro vigente en DIGESA.
- Los residuos no peligrosos y que puedan ser reciclados (papeles, plásticos, etc.) pueden ser entregados a empresas o iniciativas de reciclaje. Para ello se sugiere contar con una zona con tachos con colores diferenciados para separar por categorías de residuos.

RESIDUOS GENERADOS DURANTE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- Preferentemente, tenga una cartilla de instrucciones sobre el manejo de residuos durante el viaje en cada vehículo. Se deberá enmascar y colocar en un lugar visible.
- Si se da el servicio de comidas, use

- recipientes y envases retornables.
- Coloque en la unidad de transporte un tacho (o saquitos) para basura orgánica y otro para basura inorgánica, solicitando a los pasajeros que no echen sus desperdicios por la ventanilla.



Áreas naturales protegidas y biodiversidad:

Estos criterios hacen referencia a posibles impactos negativos como la fragmentación de hábitats y la perturbación de la vida silvestre cuando se transita dentro de áreas naturales, sean protegidas o no. Las recomendaciones están orientadas a que las empresas de transporte sean más responsables del impacto que los vehículos pueden generar, así como hacia tener una política activa de compromiso con el cuidado de la biodiversidad. Considere los siguientes puntos:

- Use carreteras y vías autorizadas. No tome atajos ni abra nuevos caminos.
- Los conductores deben manejar con cautela, especialmente si está en áreas naturales, teniendo cuidado con los animales silvestres, sobre todo de noche.

- Denuncie ante las autoridades competentes la presencia de animales silvestres en cautiverio, en caso de que se presente.
- Evite la contaminación sonora usando la bocina de su vehículo solamente en caso de emergencia.
- Coloque silenciadores y asegure que la maquinaria esté en buen estado para evitar ruidos innecesarios.

HÁBITAT:

Es el lugar físico donde habita una comunidad de organismos determinada, sean animales, hongos, plantas o incluso microorganismos (microhábitat). Se trata del ambiente cuyas condiciones resultan apropiadas para que la comunidad en cuestión crezca, se desarrolle y se reproduzca.



Compra de productos y elección de proveedores:

El compromiso ambiental puede abarcar no solo los procesos que se llevan a cabo en las mismas instalaciones y procesos de la empresa, sino también como una política que busca colaboradores o proveedores estén alineados a estas buenas prácticas. En el caso de las empresas de transporte, esto puede abarcar los procesos relacionados al mantenimiento de las unidades de transporte como también los procesos relacionados a brindar

otros servicios complementarios a los turistas para lo cual se deben tener políticas alineadas a las de las agencias de viaje y operadores de turismo.

Algunas prácticas que puede tomar en cuenta son:

- Seleccione en lo posible productos en materiales reciclados, orgánicos, biodegradables y retornables.
- Use aceites y otros insumos de mantenimiento vehicular que son de alta calidad, más duraderos o más ecológicos.
- 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.
- Si el mantenimiento de la flota de vehículos no lo realiza la misma empresa, elija los servicios de un taller mecánico que sea responsable ambientalmente, especialmente en el manejo de residuos ya que en esta labor se generan residuos peligrosos.

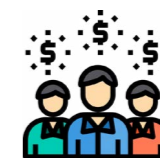
2. SOSTENIBILIDAD SOCIAL

Una empresa no puede comportarse como una isla. Toda empresa prestadora de servicios turísticos se desenvuelve 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 servicios. 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 personal 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.
- Fomente la participación de la población local en el turismo mediante la generación de empleos en el desarrollo de sus actividades y la operación de los servicios.
- Manténgase alerta a las oportunidades de beneficiar a la comunidad durante los recorridos, incentivar el intercambio comercial y la adquisición de productos y servicios basados en iniciativas locales como alimentación o artesanías, entre otras.



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:

- Mantenga a su personal capacitado e informado sobre la cultura y tradiciones locales, si acaso no son personas locales que ya tienen este conocimiento. Comuníqueles la importancia de compartir esta información con los turistas y capacítelos en habilidades comunicativas para que puedan realizarlo apropiadamente, para compartir esta información en caso sea requerida.
- Aproveche los momentos durante el recorrido que pueden fomentar 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 que demuestran respeto hacia las comu-

nidades originarias y locales, sus valores y su cultura, concuerda 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 sus empleados 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 comu-

nidad para apoyar su autonomía económica.

- Participe activamente en la prevención y sanción de la ESNNA en el ámbito del Turismo. Todos los prestadores de servicios de hospedaje y las agencias y operadores de turismo deben estar suscritos al Código de Conducta para la prevención de la ESNNA, sin embargo, las empresas de transporte que dan servicios turísticos pueden mantener una política ética y de rechazo a fin de garantizar la protección e integridad de niñas, niños y adolescentes, así como denunciar todo hecho vinculado al ejercicio de la misma.

ESNNA:

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



2.1. PROTOCOLOS SANITARIOS

Las empresas prestadoras de servicio de transporte turístico terrestre deberán 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 este aspecto, le dará una garantía a sus potenciales clientes. (📄 Anexo 5.5)

Las MEDIDAS DE PREVENCIÓN COLECTIVA son los cuidados básicos que todos deben respetar (conductores, tripulantes y pasajeros) y que la empresa de transporte, incluido su personal, debe velar porque se cumplan:

Usar la mascarilla de manera adecuada y obligatoria.

- Ambientes interiores del vehículo adecuadamente ventilados.
- Desinfección de manos en puntos estratégicos o contar de manera permanente con productos de desinfección personal.
- Evitar tocarse el rostro. Asimismo, toser y/o estornudas en la cara interior del brazo.
- Exhibir en el vehículo una cartilla

con las medidas preventivas para el COVID-19

- Promover el uso de medios digitales para algunos procesos con el fin de evitar contaminación indirecta con papeles, lapiceros, etc.

Algunos puntos más específicos y de acuerdo al Protocolo Sectorial para Servicio de Transporte Terrestre son:

- 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.
- Solicitar carnet de vacunación a los tripulantes del vehículo.
- Limpiar y desinfectar el vehículo antes de la jornada de servicio.
- Transportar únicamente pasajeros sentados respetando los aforos correspondientes.
- No permitir la venta ambulante al interior del vehículo o que genere contacto con los pasajeros, solo en puntos que estén regulados y cuenten con medidas sanitarias implementadas.

SECCIÓN

05

ANEXOS





5.1. REQUISITOS MÍNIMOS DE EQUIPAMIENTO SEGÚN CATEGORÍA VEHICULAR, SEGÚN REGLAMENTO VIGENTE

EQUIPAMIENTO	M1	M2
Sistema de aire acondicionado y calefacción	X	X
asientos delanteros con respaldar reclinable con ángulo variable y protector de cabeza	X	
asientos con respaldar reclinable con protector de cabeza y apoyo para brazos en los extremos laterales del asiento y porta equipajes.*		X
Sistema de recepción de radio AM/FM	X	X
Equipo de sonido para la comunicación con pasajeros		X En vehículo de más de 4 toneladas
Cortinas laterales		X
Porta revisteros		X En vehículo de más de 4 toneladas

* Para el servicio de transporte turístico terrestre de ámbito nacional y regional deben tener los asientos deben tener además las siguientes características: respaldar reclinable con un ángulo no menor a 110°, estar fijados rígidamente a la estructura del vehículo y tener una distancia útil mínima de 75 cm entre asientos y con un ancho mínimo por pasajero de 45 cm.

Categoría M3 – clase III

Los vehículos diseñados y construidos originalmente de fábrica con carrocería "Ómnibus o Bus Panorámico", solo están destinados a prestar el servicio de transporte turístico terrestre de ámbito provincial en las modalidades de traslado o visita local, quedando exceptuados de contar con cortinas laterales, asientos con respaldar reclinable con protector de cabeza y apoya brazos requiriendo solo asientos con cabezales de seguridad, sistema de TV y videos. Adicionalmente deberá cumplir con las condiciones técnicas básicas correspondientes, así como con los requisitos técnicos establecidos en el RNV para esta categoría vehicular.



5.2. 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 recibida al momento de adquirir el servicio					
2. El cumplimiento de los horarios establecidos (salidas y llegadas)					
3. La comodidad y el confort durante el trayecto					
4. La limpieza y el mantenimiento del transporte					
5. La atención del personal abordó					
6. Amabilidad de los conductores					
7. Seguridad ante un percance durante el viaje					
8. Calidad del vehículo ofertado					
9. Comodidad en el arranque y frenada del vehículo					
10. La relación precio/calidad del servicio					
11. En general, la experiencia del servicio fue					

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



5.3. ESPECIFICACIONES PARA LA PLACA UNICA DE RODAJE

PLACA ÚNICA NACIONAL DE RODAJE				
Tipo de vehículo	Color del fondo	Color de la Franja superior	Color de las letras y números	Gráfico
(...)				
1.2 Placas para vehículos livianos y pesados (Categorías M,N y O)				
Categoría M (Transporte de Personas)				
(...)				
(d-1) Vehículos de las Categorías M1, M2 y M3 destinados a la prestación del servicio de transporte especial de personas, bajo la modalidad del servicio de transporte terrestre, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento Nacional de Administración de Transporte	Blanco	Morado	Negro	
(...)				



5.4. CERTIFICACIONES EN TURISMO SOSTENIBLE



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.gstccouncil.org/certificacion/organismosdecertificacion-acreditados/?lang=es>



5.5. 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 TECNICO 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 Alto 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 DECLARACION 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 (PVPCC-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 PVPCC-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

