

CARTILLA DE CERTIFICACIÓN

DE CALIDAD PARA EL

TRANSPORTE DE TURISMO



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo

CARTILLA DE CERTIFICACIÓN DE CALIDAD PARA EL TRANSPORTE DE TURISMO

*Buenas prácticas en la prestación del servicio
de transporte automotor especial de turismo*





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo

SAMUEL MORENO ROJAS

Alcalde Mayor de Bogotá

MÓNICA DE GREIFF

Secretaria de Desarrollo Económico de Bogotá

ELSA VICTORIA MUÑOZ

*Directora General
Instituto Distrital de Turismo - IDT*

ROSA MARGARITA FIGUEREDO MOLINA

Subdirectora Gestión de Destino

JORGE OROZCO

*Interventor Convenio IDT-Acoltés
Instituto Distrital de Turismo - IDT*



LUPOANI SANCHEZ CELEMÍN

Presidente Ejecutivo Nacional de Acoltés

SANDRA NAYIBE GRANADA

Directora de Comunicaciones de Acoltés.

CONSULTORES

Rosa Isabel R. de Duque

Nora Baena Padilla

Rafael Riveros Plazas

ALVARO MOLINA PAEZ / LAZARO COMUNICACIONES

Diseño y diagramación

EDITORA GEMINIS LTDA.

Impresión

Bogotá D.C. - Colombia, 2008

Esta cartilla se elaboró en el marco del Convenio de Asociación No. 01, 2007 suscrito entre el IDT y Acoltés, con el objeto de “aunar esfuerzos para promover una cultura de la calidad y la sostenibilidad, como estrategia de competitividad empresarial a partir de la incorporación de estándares y criterios en la gestión organizacional en la prestación del transporte terrestre turístico”.

Introducción	5
Políticas, planes y programas sectoriales	7
Competitividad empresarial	13
La calidad y la sostenibilidad: factores de competitividad	21
Normas técnicas: instrumentos de apoyo a la calidad y a la sostenibilidad	33
Certificación de calidad para la prestación de servicios turísticos	53
Buenas prácticas para el transporte automotor especial de turismo	57
Bibliografía recomendada y consultada en la elaboración de la cartilla	61



Calle 72



Como fenómeno económico y social, el turismo comporta aspectos políticos, culturales, económicos y ambientales, entre los más destacados, y proyecta su crecimiento mediante la combinación y la actuación de cada uno de los elementos que apoyen el apogeo del territorio en el cual se establece. Debido a ello, la actividad turística ocupa un lugar destacado dentro del ámbito del desarrollo nacional y su producción de intangibles.

Colombia proyecta alcanzar importantes metas en lo que concierne a la captación de turistas internacionales, busca atender segmentos de población con alto poder adquisitivo y motivaciones especializadas, además de movilizar cifras significativas de turistas nacionales. Para cumplir este objetivo se capacita y prepara a fin de escalar posiciones en los mercados y lograr una mejor gestión de las expectativas del consumidor.

Bogotá capta actualmente la mayor parte de los mercados internacionales, además de destacados movimientos

internos. Se espera que tal comportamiento continúe y se incremente, en virtud de su condición actual de destino múltiple y de la intensa dinámica que ha promovido sus atractivos y las actividades que ofrece, conformando así, un producto turístico renovado.

En el siglo XXI, las empresas deben asumir el desafío de la competitividad, comprometiéndose cada vez más con propósitos que eleven y conserven la máxima calidad de todos sus procesos de modo sostenible e implementando la creatividad y la innovación necesarias para enfrentar las exigentes y cambiantes expectativas de los mercados.

El transporte es un sector estratégico en la economía globalizada, dando soporte a la movilidad de personas y de mercancías. Por su parte, el transporte automotor especial de turismo se destaca como componente clave de la cadena de servicios turísticos en toda la geografía colombiana, y con ello impacta significativamente la competitividad del sector turístico.

La calidad es uno de los soportes de la competitividad, constituida hoy en exigencia mundial, no sólo apreciable en los destinos turísticos de gran desarrollo, sino en países receptores con alguna participación en el escenario de los movimientos turísticos, donde unos y otros buscan mantener y mejorar sus cuotas de mercado.



La normalización es una decisión del sector privado colombiano, que avanza mediante un proceso consensuado, regulado por los empresarios y orientado a satisfacer los intereses de los consumidores.

Actualmente, el sector turístico cuenta con unos instrumentos para la adopción de criterios de calidad y sostenibilidad, que son las Normas Técnicas Sectoriales, diseñadas para orientar la gestión de sus procesos productivos.

Para los empresarios y el gremio apoyado por el Instituto Distrital de Turismo - **IDT**, ser competitivos en el transporte automotor especial de turismo, en Bogotá D. C. y en Bogotá-Región, implica mantener un mejoramiento continuo, implementando en las empresas las Buenas Prácticas para la actividad, los Sistemas de Gestión de la Calidad y las Normas Técnicas de Calidad y Sostenibilidad.

Dado todo lo anterior, esta Cartilla de Calidad y Sostenibilidad para el Transporte Automotor Especial de Turismo, busca presentar a los transportadores y empresarios el marco conceptual de la competitividad y de la productividad, las cuales se basan en la calidad de una gestión

empresarial integral, que incluya todos y cada uno de los procesos de la organización.

Se describen el proceso de certificación, los instrumentos para realizar el diagnóstico empresarial en busca de un mejoramiento continuo y de las buenas prácticas, es decir, de la forma de emprender procesos que culminen en experiencias exitosas, que contribuyan a cumplir la misión y a la proyección empresarial de contarse entre las organizaciones de *Clase Mundial*.

Por otra parte, en cuanto a las dimensiones: ambiental, socio cultural y económica, es importante destacar que la aplicación de criterios de sostenibilidad y la adopción de sistemas que le permitan a la empresa mejores interacciones con sus grupos de interés y con su entorno, da paso a nuevas formas de creación de valor en la empresa.

Debemos resaltar, tanto la concertación de acciones entre el Instituto Distrital de Turismo y la Asociación Colombiana del Transporte Terrestre automotor Especial, **Acoltés**, como el compromiso adoptado por los empresarios para desarrollar esta apuesta, que sin duda impacta el destino del turismo y ubica al Transporte Automotor Especial de Turismo dentro de la cadena de valor sectorial.

CAPÍTULO 1

POLÍTICAS, PLANES Y PROGRAMAS SECTORIALES



Mediante la formulación y el apoyo a la implementación de políticas y orientaciones, entidades y organismos tanto públicos como privados de orden mundial, nacional y local, lideran el desarrollo y el mejoramiento continuo del sector turístico, en particular de los diferentes prestadores de servicios turísticos, incluido por supuesto el Transporte Automotor Especial de Turismo, TAET.

Para enfrentar los grandes retos que impone la competitividad, los prestadores de servicios de transporte turístico terrestre de Bogotá, cuentan con el compromiso del Instituto Distrital de Turismo – IDT y demás entes de orden nacional, así como con la Asociación Colombiana del Transporte Terrestre Automotor Especializado , Acoltés, gremio líder de esta actividad.

A continuación, los aportes de las organizaciones más representativas:



Centro Internacional

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT

“La Organización Mundial del Turismo (OMT) es una agencia especializada de la ONU dedicada a promover el turismo sostenible, a organizar este sector respetando el entorno, al mismo tiempo que estimulando el crecimiento de las economías de los países menos desarrollados. Durante 2006 se celebraron los 60 años de su fundación y los 30 años de la ubicación de su Secretaría Oficial en España, periodo en el que ha pasado de ser una ONG a convertirse en un organismo de asesoría a los gobiernos, que elabora estadísticas sobre la industria del turismo, el cual en 2006 registró 842 millones de desplazamientos internacionales.

Una de las misiones más importantes de la Organización Mundial

del Turismo es fomentar el turismo sostenible, lo que significa convertir esta actividad en “duradera en un sentido económico, social y ecológico”. Detrás de este objetivo se halla el acuerdo al que han llegado la OMT y la ONU, dispuesta a cumplir los objetivos del milenio, que incluyen el de erradicar la pobreza, porque muchas de las esperanzas de progreso de los países menos desarrollados residen en fomentar una industria del turismo que estimule su economía, dado que tienen atractivos naturales desmesurados. De esta manera, la OMT trabaja para que el turismo ayude a superar la pobreza de estos países, precisamente con un turismo

que no produzca daños ecológicos ni sea entendido por la comunidad internacional como un hecho puntual.”



www.omt.org



ALCALDIA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN
Y POLÍTICA PÚBLICA

Acoltés
EL MOTOR DEL CAMBIO

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO - VICEMINISTERIO DE TURISMO

Plan sectorial de turismo 2008 – 2010

“Colombia, destino turístico de clase mundial”

Visión 2020 del turismo en Colombia

- Calidad como responsabilidad de todos los actores del turismo
- Calidad como factor de competitividad para las empresas y los destinos turísticos

Políticas especializadas

- Competitividad, mercadeo y promoción turística de Colombia. Visión 2020 para el turismo
- Desarrollo del ecoturismo
- Calidad turística
- Plan indicativo para la educación del sector turismo
- Turismo cultural

Programas y acciones

- Mejoramiento y consolidación de la competitividad
- Cadenas productivas eficientes en los destinos
- Fortalecimiento de la institucionalidad turística nacional y regional
- Calidad turística
- Desarrollo de proyectos estratégicos
- Reducción de la informalidad
- Fortalecimiento de mercadeo, promoción y comercialización
- Bilingüismo
- Tips en el turismo
- Vicepresidencia de la República: Grandes proyectos regionales

- **Fondo de Promoción Turística:** Proyectos de competitividad y promoción
- **Proexport - Fondo Promoción de Exportaciones:** Planes de mercado y promoción

Gremios nacionales

- Asociación Hotelera de Colombia - Cotelco
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo - Anato
- Asociación Colombiana de Restaurantes y Similares - Acodres
- Asociación Colombiana del Transporte Terrestre Automotor Especial - Acoltés



INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO - IDT

Plan de desarrollo del Distrito Capital: Bogotá Positiva 2008 - 2012

Contempla los programas Bogotá Turística y Bogotá Región Turística, que enfatizan en el impulso a acciones de desarrollo empresarial, dirigidas a los diferentes eslabones de la cadena de servicios turísticos en la región, con destacada participación del Transporte Automotor Especial de Turismo.

El Instituto Distrital de Turismo de Bogotá es responsable de la promoción y divulgación del destino turístico y sus productos. Además, propicia y apoya acciones de mejoramiento de las condiciones del destino.

El instituto establece alianzas y brinda servicios para facilitar el diseño y ejecución de estrategias de promoción turística, desarrollo del destino e información.

El Plan Estratégico del IDT apoya con sus programas a los prestadores de servicios turísticos, así como a emprendedores y a organizaciones para fortalecer al sector en la ciudad mediante su referente regional.

Plan Estratégico del IDT, objetivos:

- Fortalecer la productividad y la competitividad turística
- Proyectar una imagen veraz y atractiva
- Democratizar oportunidades en el turismo
- Afianzar la estructura institucional del turismo en Bogotá

Programa de calidad y sostenibilidad turística de Bogotá:

Objetivo estratégico: Mejorar la productividad y competitividad del sector turismo en la perspectiva regional y del desarrollo sostenible.

Propósito: Sensibilizar y desarrollar un sentido práctico de la importancia de atender con calidad al turista a través del servicio y de observar la visión integral de destino turístico.

Ámbitos; Asistencia técnica en procesos de calidad, con criterios de sostenibilidad orientados hacia la certificación. Sensibilización y cultura turística. La ética en el ámbito del turismo. Gestión distrital.

CAPÍTULO 2

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL





En las últimas décadas, diferentes autores se han ocupado de la competitividad, desde su concepción a escala nacional, hasta la visión de la gerencia empresarial. En el marco de la economía globalizada, ser competitivo es un requisito para la estabilidad y el crecimiento de las empresas.

Un país puede ser tan competitivo, como sus organizaciones y empresas.

*El profesor Michael Porter afirma que:
“Las empresas son los únicos agentes que pueden generar riqueza en una economía”*

PERO, ¿QUÉ ES LA COMPETITIVIDAD?

La competitividad empresarial es la “capacidad para aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada” en el segmento de comercio en el que opera. Esto es, que le permita ampliar o conservar, de forma duradera, ese lugar en el mercado, afirma el autor J. C. Ferraz¹.

Otros conceptos aseveran que las organizaciones son competitivas si toda su estructura se orienta a crear valor para los grupos sociales-objetivo, es decir, llegan a ser “capaces de entregar una oferta de valor claramente diferenciada, sostenible y difícilmente imitable, para de esta manera asegurar su competitividad”². Vale destacar que el concepto de organización indica que se trata de “un conjunto de personas con recursos, que buscan unos objetivos comunes”³.

En resumen, diseñar, producir y comercializar la producción de bienes o servicios, en mejores condiciones de innovación, precio, calidad y servicio que sus competidores, permitirá a las organizaciones ser competitivas.

¹ Ferraz, J. C.; Kupfer, D. & Iooty, M. “Competitividad Industrial en el Brasil” en Revista de la CEPAL, Abril 2004.

² Premio Nacional a la Calidad de la Gestión. Modelo de excelencia en la gestión: Camino a la competitividad, Colombia.

³ Ibid.

Lo cual implica una alta relación de productividad por parte de las mismas.

Vale la pena señalar los factores más destacados de la productividad empresarial:

PRODUCTIVIDAD

La productividad vista como la unión entre:

EFICACIA

EFICIENCIA

- Calidad y sostenibilidad
 - Procesos productivos
 - Comercio exterior
 - Incremento al valor agregado
 - Capacitación
 - Innovación
 - Tecnología y comunicaciones
-
- Obtención de resultado esperados.
 - Crea valor para el Cliente
-
- Obtención de los resultados de producción esperados con la mejor aplicación de insumos.

PRODUCTIVIDAD



De otra parte, con una orientación sectorial, Ferraz afirma que un sector es competitivo “si una proporción alta de su producción se origina en empresas competitivas”. Sin embargo, es importante agregar que el producto turístico debe analizarse como la unión de *los atractivos, los prestadores de servicios, la infraestructura, las organizaciones y su gestión*.

En conclusión:

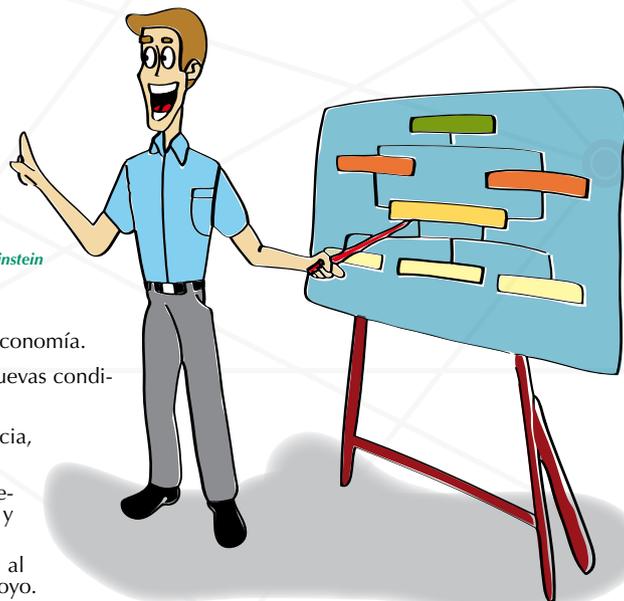
La competitividad es asunto de todos

Consideraciones para que las empresas se orienten hacia la competitividad

- Desarrollar la capacidad de anticiparse al cambio, ante un mercado que evoluciona cada vez más rápido: “Usted no puede resolver un problema importante pensando de la misma forma en que lo hacía cuando creó ese problema”

Albert Einstein

- Requiere objetivos precisos y claras estrategias empresariales.
- Las empresas de servicios tienen prioridad en las condiciones actuales, de nueva economía.
- Se hace necesaria una estructura empresarial flexible que le permita atender las nuevas condiciones de los mercados.
- Los procesos de globalización deben verse como una oportunidad, en consecuencia, exigen una gran disposición al aprendizaje.
- El talento humano especializado se considera fundamental en términos de competitividad global, en consecuencia, la inversión en este campo debe ser continua y pertinente.
- Las relaciones de la cadena productiva deben favorecerse como una orientación al factor de competitividad descrito por M. Porter: las industrias relacionadas y de apoyo.
- Ante la fuerte competencia en el mercado deben adoptarse estrategias de diferenciación,



basadas en el análisis permanente de las necesidades y expectativas del cliente, lo cual implica alcanzar un alto grado de especialización en segmentos específicos del mercado.

- La aplicación de estrategias comerciales debe ser tan importante como la de carácter técnico.
- Sistema organizacional orientado a modelos de excelencia en la gestión.
- La cultura de la calidad y del servicio constituyen factores decisivos de la competitividad, especialmente en el sector terciario de la economía, donde se ubica el turismo.
- El aprendizaje y la capacitación deben servir a la empresa para satisfacer incluso a los consumidores más exigentes.

Las medianas y pequeñas empresas son fuentes de empleo y crecimiento, parte fundamental de la competitividad nacional, por ello deben prepararse para competir y ser altamente productivas. La empresa actual hace el tránsito de niveles de desarrollo organizacional competitivos a empresas de clase mundial.



CADENA PRODUCTIVA

Veamos la complejidad en la estructura del producto turístico y su definición “Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista...”

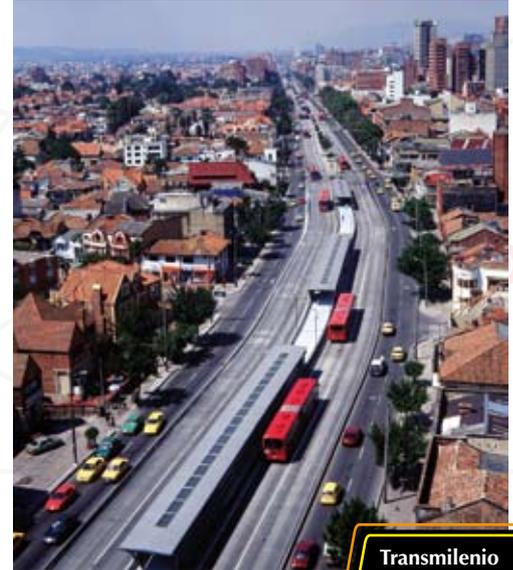
Se trata en realidad de un producto compuesto, que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” Es pertinente analizarlo desde las interacciones que genera la cadena productiva. (Acerenza, 1993:23.)

Diferentes autores se han ocupado de la definición y del estudio de la cadena productiva:

“Una red de procesos de trabajo y producción cuyo producto final es una mercancía terminada”.

Cardona, 2000

Para el turismo, al igual que para otros sectores productivos, la presencia de la cadena productiva se plantea como el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente, en todos los pasos, desde que inicia el proceso de producción del producto, hasta que se comercializa por sus canales propios y llega al consumidor final.



Transmilenio

El proceso productivo del turismo crea una serie de actividades, desde la incorporación de insumos, pasando por su transformación, hasta la puesta en el mercado.

El énfasis está dado por la aplicación de la tecnología específica para conformar el producto en el turismo.

La cadena productiva para el turismo, a partir de los prestadores de servicios turísticos (Ley 300 de 1996, Ley 1101 de 2006) se esquematiza de la siguiente forma:



Porter define la Cadena de Valor como “las actividades que se llevan a cabo al competir en un sector en particular y se pueden agrupar por categorías... Todas las actividades de la cadena de valor contribuyen a acrecentar el valor para el comprador. Las actividades pueden dividirse a grandes rasgos, en dos grupos: aquellas que se refieren a la producción, comercialización, entrega y servicio posventa del producto, dentro de un plano cotidiano (actividades primarias) y aquellas que proporcionan recursos humanos, tecnología e insumos comprados, o funciones generales de infraestructura para apoyar las otras actividades”.

POTER, Michael. La ventaja competitiva de las naciones.
Ediciones Vergara, Argentina 1991, p. 72

Una empresa es una organización cuya complejidad hace que tenga una dinámica propia a partir de la planeación, el control y la dirección de sus líderes. Las empresas no están solas en el mercado, para la puesta en marcha y la finalización del producto o del servicio entregado al consumidor, dependen a su vez de otras organizaciones y están bajo la influencia de factores críticos externos, que impactan su entorno productivo.

Operar como prestador de servicios turísticos implica adoptar como forma de gestión y de lograr la competitividad a la cadena productiva, donde cada organización cumple su misión con criterios de excelencia.

TURISTAS Y VISITANTES

INSUMOS

- Establecimientos de alojamiento
- Comercializadoras y operadoras de tiempo compartido
- Arrendadores de vehículos
- Representaciones turísticas
- Transporte Terrestre Automotor Especializado
- Compañías de intercambio vacacional
- Establecimientos de gastronomía y bares de interés turístico⁴
- Guías Profesionales de Turismo
- Concesionarios de servicios turísticos en parque

TRANSFORMACIÓN

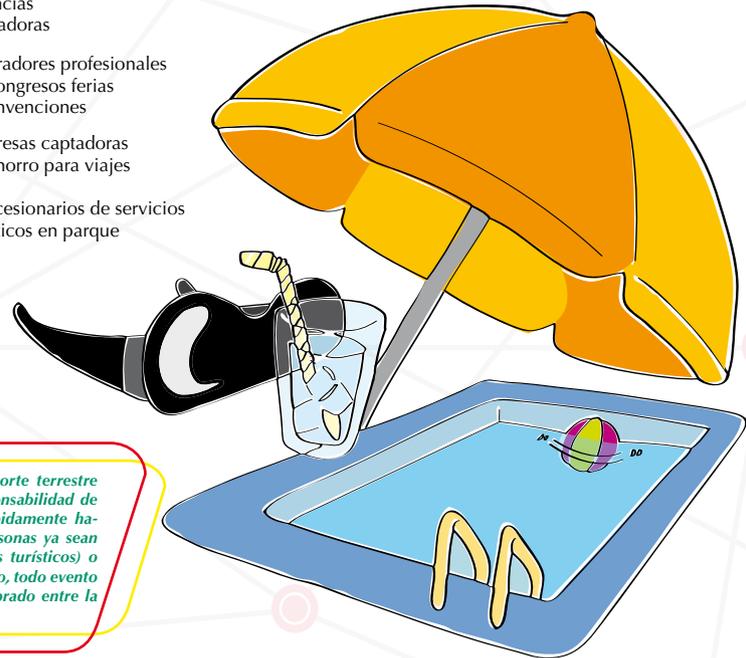
- Agencias de viajes y turismo
- Agencias mayoristas
- Agencias operadoras
- Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones
- Concesionarios de servicios turísticos en parque

COMERCIALIZACIÓN

Hacia el consumidor

- Agencias de viajes y turismo
- Agencias operadoras
- Operadores profesionales de congresos ferias y convenciones
- Empresas captadoras de ahorro para viajes
- Concesionarios de servicios turísticos en parque

4 Decreto 174/01 Artículo 6. Servicio público de transporte terrestre automotor especial.- Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas ya sean estudiantes, asalariados, turistas (prestadores de servicios turísticos) o particulares, que requieren de un servicio expreso. Por tanto, todo evento se programará sobre la base de un contrato escrito, celebrado entre la empresa de transporte y ese grupo específico de usuarios.



CAPÍTULO 3

CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD: FACTORES DE COMPETITIVIDAD

La calidad y la sostenibilidad son factores de competitividad organizacional, que analizamos a continuación.

La calidad como un proceso en la gestión de las organizaciones



En forma sencilla, podemos decir que la calidad es el rango de excelencia que la empresa selecciona para satisfacer las necesidades y expectativas de su cliente. Las empresas competitivas avanzan en la satisfacción y crean valor para sus grupos de interés.

La producción de una empresa de bienes o servicios alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las exigencias del cliente. Cada nivel de excelencia corresponde a la creación de valor en función de sus deseos o necesidades. Entonces, calidad no significa el nivel superior de la gama de servicios, sino la conformidad del cliente.

Así como el productor busca rentabilidad en su operación, el cliente o demandante busca la mayor satisfacción por su inversión y expectativa.

La Organización Mundial del Turismo identifica la mejora de la competitividad a partir de la calidad:

Calidad Turística

“El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.

Definición preparada y modificada por el Comité de Apoyo a la Calidad, Organización Mundial de Turismo en su sexta reunión (Varadero, Cuba, 9 y 10 de mayo de 2003).

Factores a Destacar



A esta mirada debe adicionarse la sostenibilidad desde la economía, para conformar la triada que debe proyectar la actividad del ser humano.

En Colombia, la Ley 99 de 1993 define el desarrollo sostenible como “aquel que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades”. De otro lado, la Ley de Cultura, donde se reconoce que las manifestaciones culturales constituyen parte integral de la identidad del país, aporta un complemento a dicho concepto.

En su Agenda XXI, la Organización Mundial de Turismo es concluyente sobre el papel del turismo en lo que concierne a la conservación de los recursos culturales y naturales, a la incorporación de consideraciones ambientales en la planificación y en la gestión del turismo, con miras al mantenimiento de la calidad del medio ambiente como necesidad de los residentes, y al diseño de estrategias para distribuir los beneficios del turismo.

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Antes de avanzar en el tema es importante retomar el concepto de sostenibilidad en el turismo.

Para ampliar el concepto de *desarrollo sostenible*, pasamos de la visión exclusivamente ambiental al proceso que comprende las relaciones entre la naturaleza y la sociedad¹.



Simón Bolívar

¹ Escobar, A. “El desarrollo sostenible: Diálogo de discursos”, en *Ecología y desarrollo*, núm. 98, 1994.

En el año 2004, la OMT definió la sostenibilidad para el turismo del siguiente modo:

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos y sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo,

que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

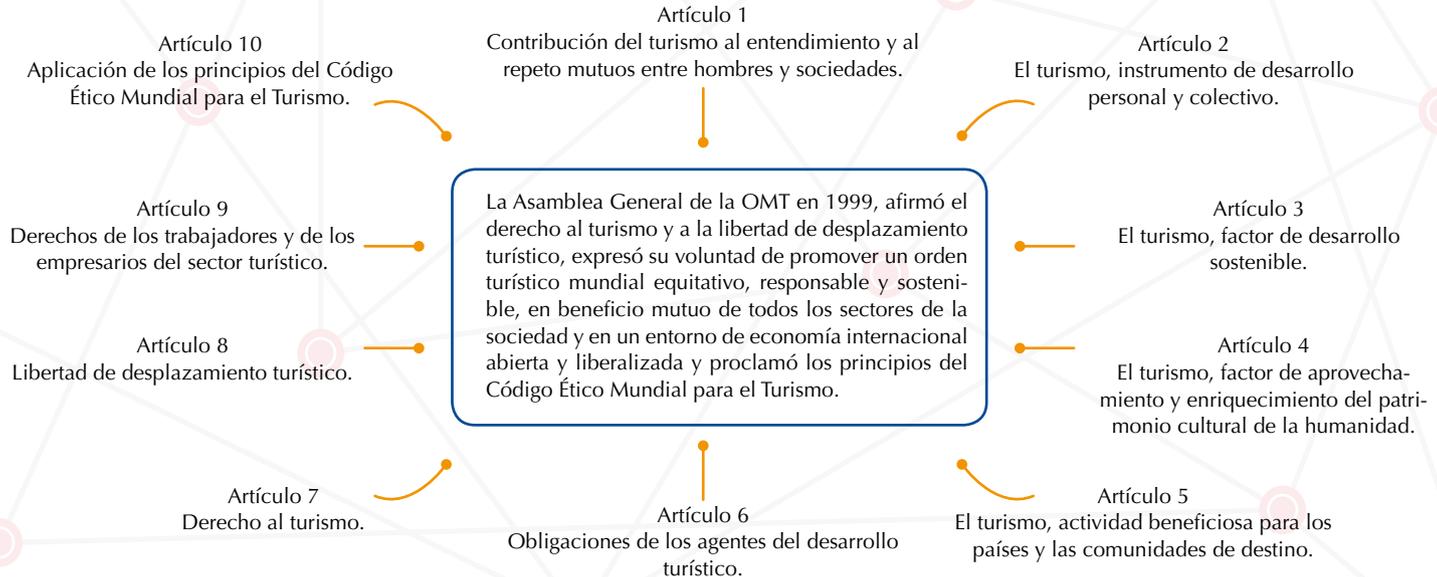
El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso.

El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT).

El Código Ético del Turismo de la OMT aporta principios de sostenibilidad para ser observados, tanto por turistas como por prestadores de servicios turísticos. Se recomienda consultar el texto de dicho código en www.world-tourism.org

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO



Existen tres dimensiones para la sostenibilidad turística, que actúan como ejes orientadores en los avances de Normas Técnicas Sectoriales, como se analizará posteriormente.

¿Cómo se obtiene la calidad en la gestión empresarial?

La primera respuesta la da una gestión integral de las organizaciones, que involucre todas sus partes, esto implica:

- Direccionamiento que oriente la organización al futuro y al mercado.

Permite cumplir las metas y permanecer en el negocio. Orientación empresarial según su misión y su visión

- Liderazgo por parte de sus directores.
Valores organizacionales
- Promoción del talento humano como condición para el soporte de la organización.

Compromiso, innovación, trabajo en equipo, procesos administrativos (inducción,



capacitación, motivación, reinducción, sistemas de incentivos) valores organizacionales

- Análisis de mercados y de la satisfacción del cliente.

Sistemas para conocer y evaluar las expectativas del cliente y su grado de satisfacción

- Procesos productivos.

Organización del proceso, estandarización y normalización, aseguramiento de la calidad, inclusión de tecnologías

Aprendizaje en la empresa y manejo de la información.

Mejoramiento continuo

- Responsabilidad Social Empresarial, RSE.

Interacción con la sociedad y el ambiente: "armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural". OMT

¿Y el servicio al cliente?

Como un componente básico de la calidad se encuentra la prestación del servicio, por lo cual se adelanta una revisión del tema:

La empresa turística depende de su personal para proporcionar experiencias de calidad superior y que les distinga de las que son simplemente buenas



Simón Bolívar

GESTIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO

La economía moderna está dominada por las organizaciones de servicio.

Roland Rust² señala que incluso las empresas que trabajan principalmente con bienes físicos “en la actualidad se ven como empresas de servicios y los productos que ofrecen son una parte importante de su servicio (en lugar de que el servicio sea un aumento del bien físico)”. Estas empresas adoptaron términos de servicio tradicional, tales como *satisfacción del cliente* y *relaciones con el cliente*.

En la prestación de servicios turísticos, como en el transporte automotor especial de turismo, TAET, el desafío es lograr que los prestadores reciban la correcta formación para que su servicio sea de calidad y se ajuste a las necesidades de cada cliente. Deben ser competentes para servir, incluso mientras los clientes los observan (y a veces participan), les hacen preguntas y cambian de opinión respecto a lo que quieren.

En el campo de la Gestión de Servicios Turísticos se encuentran organizaciones de transporte aéreo como American Airlines y Southwest Airlines que aprendieron la importancia de comprender lo que los clientes esperan de sus servicios y dirigen sus empresas basándose en la satisfacción de las expectativas de éstos. Estudian con detenimiento a sus clientes, saben lo que quieren, que están dispuestos a pagar por ello y cómo proporcionárselo.

² Citado por Ford, R. C.; Heaton Cherrill P., en *Atención al cliente en los servicios de ocio, USA: Paraninfo Thomson Learning, 2001.*



Su meta y la de otras empresas turísticas es cumplir las expectativas de los clientes y superarlas de mil maneras diferentes cada vez.

Los más destacados *principios de atención al cliente* y *las estrategias de servicio* aplicables a la prestación de servicios turísticos son:

PRINCIPIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN SERVICIOS TURÍSTICOS

- Proporcionar la calidad de servicio acorde con elementos claves de la satisfacción del cliente
- Ofrecer el entorno del servicio que el cliente espera
- Definir y construir una completa cultura del servicio
- Encontrar, vincular y formar personas a quienes les encante atender a los demás. Motivar y autorizar a los colaboradores
- Combinar los elementos de la experiencia del cliente con la información
- Ofrecer un servicio sin fisuras
- Perseguir la perfección sin descanso

LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO EN TURISMO

“Si no tienes un mapa de carreteras o no sabes dónde estás, puede que ya estés allí”

Norman Brinker

Estudie a sus Clientes.

El cliente es el que más conoce

Gestione desde el punto de vista de él

Tenga Presente la Experiencia del Cliente

Producto del servicio + Marco del servicio + Sistema de entrega del servicio (Producción y consumo simultáneos)

Interactúe con el Cliente:

Encuentros de servicio. Momentos de verdad. Incidentes críticos. El personal que interactúa con el cliente puede generar experiencias inolvidables

Cumpla con las Expectativas del Cliente

Para definir el mercado, diseñar el producto, el ambiente y los sistemas de servicio.

Ofrezca el Entorno del Servicio que el Cliente Espera

Hace parte del servicio, se asocia con la calidad, influye en las decisiones, se relaciona con el estado de ánimo.

Defina y Construya una Completa Cultura del Servicio

Influencia del comportamiento del líder. Motivación. Trabajo en equipo. Delegación con autoridad.



Logre Adecuados Perfiles y Competencias para el Servicio:

Respuestas y soluciones rápidas, acertadas, creativas. Relaciones con diferentes tipos de clientes. Manejo de tensiones.

Solucione problemas en el Servicio

Las quejas como oportunidades. Motivar al cliente para presentarlas. Seguimiento y diseño de soluciones.

Comunique el Servicio

Uso de tips. Personalizar el servicio. Servicios localizables en el entorno.

Persiga la Perfeccion sin descanso

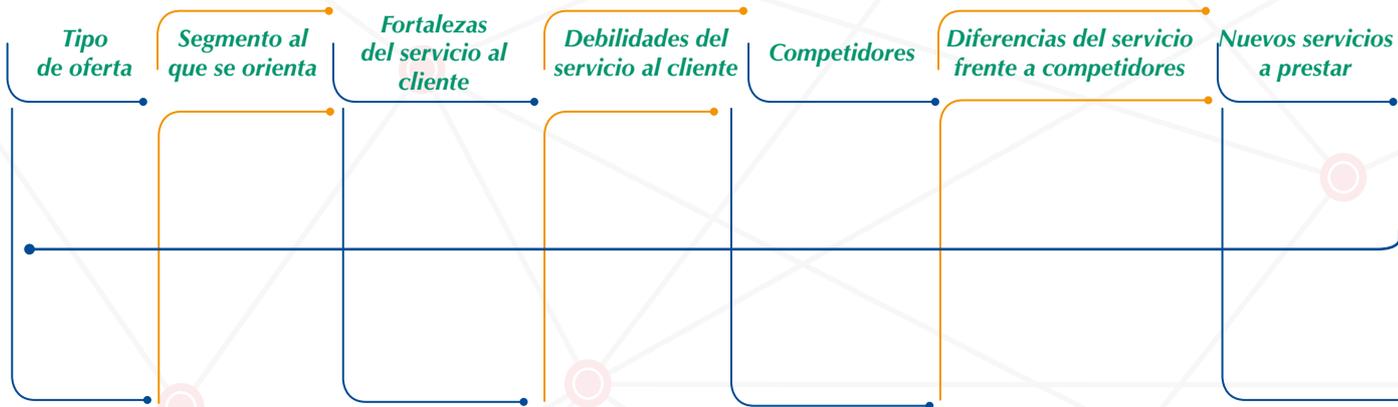
Línea telefónica gratuita. Encuestas y entrevistas. Observación. Información de colaboradores. Web interactiva



TALLERES DE SERVICIO AL CLIENTE

Desarrolle los siguientes talleres que permiten revisar la calidad del servicio al cliente

1. Autodiagnóstico de Servicios



Decisiones para mejorar el servicio al cliente:

- _____
- _____
- _____
- _____

2. Tipos de Servicio

Por favor, identifique según el ejercicio propuesto, el tipo de servicio que su empresa presta. Adelante la respectiva reflexión.

TIPOS DE SERVICIO

- En el servicio del tipo ineficaz y desagradable, se combinan la baja competencia técnica y el mal trato al cliente. Imaginemos una empresa de transporte turístico con vehículos que presentan deficiente aseo y conductores en similares condiciones y además, hoscos.
- ¿Desagradable verdad? bajo trato al cliente.
- Pero que tal si a eso le suma que presentan fallas técnicas en amortiguación y que el tapizado está deteriorado incompetencia técnica.
- Así, ¿quién vuelve a utilizar este servicio?
- La frase de cabecera de estas empresas es: “Somos incompetentes y no nos importa ser antipáticos”.
- El servicio ineficaz y agradable, corresponde a las empresas con bajas competencias técnicas, que tratan al cliente como a un rey y con ello esperan llenar el vacío de su incompetencia. Se puede Suponer que mejoró el aseo de los vehículos de transporte turístico. Los conductores ahora se distinguen por su actitud y excelente trato al cliente (agradable).
- Ante este cambio, decidimos utilizar de nuevo los servicios. Cuando abordamos un vehículo, la presentación del conductor mejoró, pero los problemas mecánicos así como la refacción del tapizado son desastrosos, (ineficaz). Su frase de cabecera es: “Lo hacemos mal pero, somos encantadores”.

TIPOS DE SERVICIO

- Las empresas que se sitúan en el tipo de servicio eficaz y desagradable son altamente eficaces, saben realizar sus procesos, son eficientes pero por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica, no se enfocan en el cliente y por ello no son líderes. Las empresas que se sitúan en el tipo de servicio eficaz y desagradable son altamente eficaces, saben realizar sus procesos, son eficientes pero por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica, no se enfocan en el cliente y por ello no son líderes. Imagínese el servicio de transporte turístico pero ahora con impecable amortiguación y tapizados, pero igual situación de desaseo que al comienzo y conductores desatentos, ¿sería cliente? Se pueden identificar con la frase: “Somos muy eficientes pero, muy antipáticos”.
- Pertenecen al tipo eficaz y agradable, las firmas que han encontrado el equilibrio perfecto entre sus competencias técnicas y su estrategia de servicio al cliente, son organizaciones que se enfocan en el cliente porque saben que es de quien dependen, están conscientes de la fuerte competencia y sus perspectivas apuntan al liderazgo. En este cuadrante se ubicará la empresa de transporte turístico si mezclamos la pulcritud y buen trato del segundo cuadrante con el excelente estado técnico mecánico y de tapicería del tercero. Los podemos identificar con la frase: “Somos excelentes, hacemos nuestro trabajo con la máxima calidad”.





Plaza de Bolívar

CAPÍTULO 4

NORMAS TÉCNICAS: INSTRUMENTOS DE APOYO A LA CALIDAD Y A LA SOSTENIBILIDAD

NORMA TÉCNICA

“Documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que proporciona, para uso común y repetido, reglas, directrices o características para actividades o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en un contexto dado”¹.

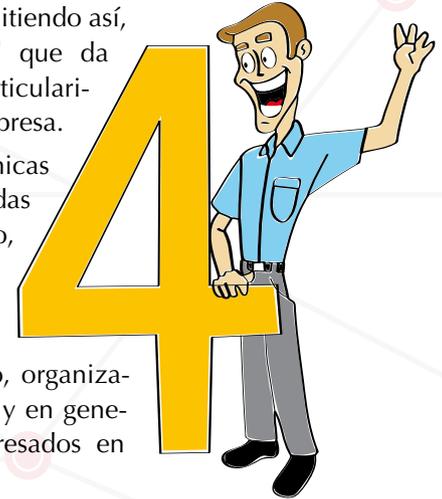
¹ International Standard Norme. ISO.

Puesta en común de los siguientes puntos de interés:

- Existe una clara tendencia hacia la definición de normas técnicas para servicios turísticos, con el objeto de mejorar su calidad, su sostenibilidad y por ende su competitividad.
- La misión de la OMT incluye tomar en cargo las siguientes funciones: “orientación, armonización internacional y reconocimiento de prácticas idóneas, requisitos mínimos, normas y sistemas de gestión que intervienen en la calidad de las actividades, productos y destinos turísticos”.
- Los grandes destinos del mundo participan en programas de normalización encaminados a mejorar su cali-

dad, con el objeto de conservar o acrecentar su cuota de mercado y su competitividad.

- La normalización es considerada como una forma de mejorar la comercialización turística, convertirse y mantenerse como un destino de clase mundial.
- Las normas orientan las operaciones que garantizan un sistema de gestión de calidad y sostenibilidad que determina “el debe”, sin forzar la uniformidad de los procesos, es decir, no definen “el cómo”, permitiendo así, una flexibilidad que da cabida a la particularidad de cada empresa.
- Las normas técnicas son construidas por consenso, con la activa participación de los sectores público, privado, organizaciones, gremios y en general actores interesados en el sector.



- Las normas técnicas no tienen carácter legal, no son vinculantes y deben verse más como un acuerdo escrito sobre las prácticas idóneas.
- Según el tema que se aborde, existen las Unidades Técnicas Sectoriales, que son las encargadas de propiciar la construcción de la norma en forma concertada y divulgarla.
- Las normas técnicas de calidad y sostenibilidad en Colombia se orientan a los destinos y a los prestadores de servicios turísticos.
- El país y su ciudad capital cuentan actualmente con sendas políticas de calidad de prestación de servicios

turísticos, orientadas a fortalecer tanto la gestión de la calidad en empresas y destinos como a promover una cultura de la excelencia que consoliden a Colombia y a Bogotá como

destinos turísticos con calidad diferenciada, sostenibles y competitivos para los mercados nacionales y extranjeros.

- Las normas técnicas conducen a procesos de certificación.
- La certificación se adelanta en procesos de terceras partes mediante organismos de certificación o inspección debidamente autorizados para tales fines.
- En Colombia, el sello de calidad “Sol Muisca” es el distintivo de certificación turística que otorga el Viceministerio de Turismo.



Biblioteca El Tintal



¿QUÉ SE HA HECHO EN COLOMBIA RESPECTO A LAS NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES NTS PARA EL TURISMO?

Calidad: Proceso decisivo para la competitividad de turismo colombiano

Calidad en los destinos turísticos

Calidad en los prestadores de servicio turísticos

En materia de calidad turística, el país cuenta con Normas Técnicas Sectoriales de aspectos productivos, que llevan a la certificación para empresas de servicios y de las competencias de su talento humano.

<i>NTS CALIDAD</i>	<i>CANTIDAD DE NORMAS</i>
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	10
Agencias de viajes	13
Restaurantes	10
Guías profesionales de turismo	9
Tiempo compartido	2
TOTAL	44

Fuente Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Viceministerio de Turismo. 2007.

El contenido de las NTS de Calidad se detalla a continuación:

NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES - NTS - DE CALIDAD PARA EL SECTOR TURÍSTICO

Información hasta Mayo de 2008

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS NTS

Número de la NTS	TÍTULO
NTSH001	Realización de actividades básicas para la prestación del servicio
NTSH 002	Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio
NTSH 003	Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes
NTSH 004	Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos
NTSH 005	Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento
NTSH 006	Categorización por estrellas, de hoteles y otros establecimientos de alojamiento y hospedaje
NTSH 007	Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios
NTSH 008	Alojamientos rurales
NTSH 009	Apartamentos turísticos
NTSH 010	Apartahoteles

AGENCIAS DE VIAJES NTS

Número de la NTS	TÍTULO
NTS AV01	Reservas en agencias de viajes
NTS AV02	Atención al cliente en agencias de viajes
NTS AV03	Infraestructura en agencias de viajes
NTS AV04	Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes
NTS AV05	Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos
NTS AV06	Dirigir el área comercial en agencias de viajes
NTS AV08	Dirigir el área financiera en las agencias de viaje
NTS AV09	Transporte Turístico terrestre
NTS AV10	Turismo de aventura: rafting
NTS AV11	Turismo de aventura: rapel
NTS AV12	Turismo de aventura: espeleología
NTS AV13	Turismo de aventura: parapente

RESTAURANTES NTS

NTS-USNA 001	Preparación de alimentos de acuerdo con la orden de producción
NTS-USNA 002	Servicio a los clientes de acuerdo con estándares establecidos



NTS-USNA 003	Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos
NTS-USNA 004	Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa
NTS-USNA 005	Coordinación de la producción de acuerdo a los estándares establecidos
NTS-USNA006	Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica
NTS-USNA 007	Categorización por tenedores
NTS-USNA 008	Norma sanitaria de manipulación de alimentos para restaurantes
NTS-USNA 009	Guía de seguridad industrial en restaurantes
NTS-USNA 010	Restaurantes. Establecimientos de comidas rápidas

GUÍAS PROFESIONALES DE TURISMO NTS

NTS GT001	Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guías, de acuerdo con lo requerido por el usuario
NTS GT002	Norma de competencial laboral. Control del desarrollo de los programas, según objetivos propuestos
NTS GT003	Norma de competencial laboral. Preparación de las actividades a desarrollar, de acuerdo con lo contratado
NTS GT004	Norma de competencial laboral. Realización de procesos básicos para la prestación del servicio.
NTS GT005	Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos
NTS GT006	Conducción de grupos en recorridos guiados en museos

NTS GT007	Conducción de grupos en recorridos de buceo a pulmón
NTS GT008	Conducción de grupos en recorridos de buceo con tanque
NTS GT009	Conducción de grupos en recorridos guiados en alta montaña

TIEMPO COMPARTIDO NTS

NTS - TC 001	Sistema de tiempo compartido turístico. Requisitos del servicio de comercialización
NTS - TC 002	Esquemas de tiempo compartido turístico y multipropiedad. Requisitos del servicio postventa

Respecto a la sostenibilidad, se han diseñado normas que permitan adoptar criterios para elegir destinos y prestadores de servicios turísticos. En el primer caso, se encuentra la norma de destinos turísticos sostenibles de Colombia, cuyo complemento es la norma de los destinos de playa. Los prestadores de servicios cuentan con normas para alojamientos turísticos, agencias de viajes y restaurantes.

La Unidad Técnica de Normalización en Sostenibilidad proyecta hacer una convocatoria para la elaboración de las normas dirigidas al transporte terrestre turístico en el período 2008 – 2009. Al marco de las normas técnicas

colombianas se adiciona la NTC 5133, que otorga el Sello Ambiental para los establecimientos de alojamiento.

NTS TS SOSTENIBILIDAD	CANTIDAD DE NORMAS
Destinos turísticos de Colombia. Requisitos de sostenibilidad	1
Destinos turísticos de playa. Requisitos de sostenibilidad	
Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Requisitos de sostenibilidad	1
Etiquetas ambientales tipo 1. Sello ambiental colombiano para establecimientos de alojamiento y hospedaje	1
Agencias de viajes requisitos de sostenibilidad	1
Restaurantes y establecimientos de la industria gastronómica. requisitos de sostenibilidad	1
TOTAL	5

NORMALIZACIÓN PARA EL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO

La globalización de la economía exige procesos de construcción de estándares de calidad para los servicios turísticos, incluido el transporte en sus diferentes modalidades.

En este sentido, los transportadores turísticos de Colombia están invitados a definir e implementar las respectivas Normas Técnicas Colombianas – NTC en sus empresas, para lograr mejores índices de competitividad y sostenibilidad en el mercado local, regional y mundial.



¿QUÉ ES LA NORMA TÉCNICA COLOMBIANA – NTC?

Es una norma técnica aprobada o adoptada por el organismo nacional normalizador, Icontec: “Organismo reconocido por el gobierno nacional, cuya función principal es la elaboración, adopción y publicación de normas técnicas nacionales y la adopción como tales, de las normas elaboradas por otros entes de normalización”²

² www.mintransporte.gov.co/Glosario

NORMAS TÉCNICAS COLOMBIANAS APLICABLES AL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO

NORMA	TEMA	DESCRIPCIÓN	REGULADO POR
NTC - 3641	Acabados interiores en cuero	Establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales deben someterse los forros de cuero para silletería automotriz.	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Transporte Resolución 3200 de 1999 Resolución 7171 de 2002
NTC - 1570 NTC - 2021 NTC - 2037	Cinturones de seguridad	Establece medidas tendientes a prevenir o minimizar riesgos para la vida e integridad de las personas, mediante el cumplimiento de requisitos técnicos de desempeño de los cinturones de seguridad, que se fabriquen o importen para uso de vehículos automotores.	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Transporte Resolución 3200 de 1999 Resolución 7171 de 2002
NTC - 3638	Herrajes de silletería	Establece condiciones generales y los requisitos a cumplir en materia de corrosión, resistencia, carga de durabilidad, resistencias a la vibración y al pivotaje, toma de muestras y criterios de aceptación o rechazo, ensayos, rotulado y empaque.	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Transporte Resolución 7171 de 2002
NTC - 1256 NTC - 1364	Uso de llantas	Los vehículos deben utilizar llantas que cumplan con las normas de calidad respectivas.	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Transporte Resolución 3200 de 1999 Resolución 7171 de 2002
NTC - 1467	Condiciones de los vidrios	Minimizar o prevenir riesgos para la vida y la salud humana, reduciendo los riesgos de accidente corporal por impacto con una superficie acristalada. Asegurar la transparencia de parabrisas y ventanas del vehículo	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Desarrollo Económico Resolución 0322 de 2002
NTC - 3586	Materiales retardantes al fuego	Los acabados interiores de la carrocería, la tapicería, el abullonado de los asientos y las demás partes fabricadas con telas plásticas, tanto interiores como exteriores, deben ser de materiales retardantes al fuego y que al incendiarse emitan un bajo índice de toxicidad.	<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Transporte Resolución 3200 de 1999 Resolución 7171 de 2002

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS-AV009

NTS-AV 009

Calidad en la prestación del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado

Aplica a los prestadores de servicios turísticos, para la prestación del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado

TALLER SOBRE APLICACIÓN DE REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LAS NORMAS

A. Relacione los campos de aplicación de las normas en el Servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado

Three horizontal lines for writing the response to question A.

B. Elabore un diagnóstico que establezca el estado de los equipos de su empresa frente a lo establecido en cada una de las normas.

NORMA	TEMA	ESTADO ACTUAL DE LOS EQUIPOS	ACCIONES A DESARROLLAR
NTC -			

La norma también se considera aplicable a los procesos y procedimientos empresariales, de tal forma que orienten la adopción de criterios de calidad. En el aparte denominado Diagnóstico de los estándares de calidad para la prestación del servicio, esta cartilla presenta unas Listas de verificación que permiten al empresario adelantar su propio análisis.

DIAGNÓSTICO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO POR EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO



Tal como se anotó anteriormente, la Norma Técnica Sectorial AV 009 describe los requisitos de calidad para la prestación del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado, que además de ser la base para la certificación, aporta elementos para que la empresa construya su propio sistema de calidad para la prestación del servicio.

Dicha norma establece que el prestador de servicios turísticos debe definir y documentar los procesos y estándares requeridos para prestar un servicio con calidad, en las etapas de planificación, operación y control (POC), determinando los medios respectivos para garantizar tal fin.

Las listas de verificación que se muestran a continuación, han sido construidas con los requisitos de esa norma y soportan el autodiagnóstico de la empresa, en cada una de las etapas (POC). El diseño de los cuadros permite anotar cada requisito frente al modo de su cumplimiento, además de contar con un espacio para las observaciones. Se recomienda que los procesos o procedimientos no cumplidos se implementen en la empresa, para que logre competitividad.



Señor empresario: Recuerde que las NTS han sido construidas por consenso con la participación de diferentes actores del sector turístico, aportan reglas y directrices con el fin de conseguir un grado óptimo de calidad.

ETAPA DE PLANIFICACIÓN

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> Políticas y procedimientos de calidad para la prestación del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado y sus mecanismos de aplicación. 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos de registro, medición, seguimiento y mejoramiento del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado. Todos los procesos de registro deben estar documentados además de establecer los aspectos específicos para dicha documentación. 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos de identificación de las responsabilidades del cliente, durante el servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado, de acuerdo con la normatividad vigente. 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso de identificación de las necesidades del cliente para la prestación del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado. 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para establecer los pasos y procedimientos de comercialización del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado, cuando aplique. 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para definir los pasos y procedimientos de atención al cliente, requeridos para la operación del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado. 		

ETAPA DE OPERACIÓN (O)

En la etapa de operación (O) se deben tener en cuenta los requisitos a cumplir, en materia de:

- Personal: Conductores y Auxiliares a bordo. En estas listas se excluyen los guías profesionales de turismo, ya que deben ser contratados por las agencias de viajes.
- Equipos: Sus requisitos se determinan según el grupo en el que sean clasificados por su capacidad.
- Seguridad y prevención.



Transmilenio

REQUISITOS DE PERSONAL

1. Requisitos para los conductores de vehículos automotores de Transporte Terrestre Automotor Especializado

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor porte los documentos personales vigentes requeridos para la conducción de vehículos automotores de transporte de pasajeros (Decreto 3366 de 2003) 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor conozca los servicios que se prestan a bordo del vehículo y otros servicios complementarios 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor conozca las normas legales vigentes sobre la conducción de vehículos de la modalidad especial 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor aplique las normas legales vigentes sobre la conducción de vehículos de la modalidad especial 		

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar que el conductor porte los documentos legales vigentes del vehículo automotor que presta el servicio 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar que el conductor acredite conocimientos tecnomecánicos sobre el vehículo automotor que presta el servicio 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar que el conductor conozca las vías que hacen parte de la ruta y llevan al destino del viaje Procesos para verificar que el conductor porte los recursos físicos y financieros que requerirá durante el desplazamiento y en el destino del viaje. 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar que el conductor aplique el protocolo de servicios de la empresa contratante 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar la información que la empresa debe dispensar acerca de las condiciones físicas de las vías que hacen parte de la ruta y del destino del viaje 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para informar al conductor acerca de las condiciones climáticas que se presentarán en las vías que hacen parte de la ruta y del destino del viaje, por parte de la empresa 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar que el conductor conozca los protocolos establecidos por la empresa contratante para el manejo de contingencias 		
<ul style="list-style-type: none"> Procesos para verificar que el conductor aplique los protocolos establecidos por la empresa contratante para el manejo de contingencias 		

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor acredite certificación para la prestación de los primeros auxilios y el manejo de contingencias en desplazamientos terrestres 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor conozca las normas de seguridad establecidas en los manuales de procedimiento y reglamentos establecidos por la empresa contratante 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor aplique las normas de seguridad establecidas en los manuales de procedimiento y en los reglamentos establecidos por la empresa contratante 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor reciba a los usuarios, de acuerdo con el protocolo de servicios de la empresa contratante 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor porte la prueba de alcoholemia expedida por la autoridad competente, con una vigencia no mayor a ocho (8) horas. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor comunique a los usuarios del servicio, el protocolo de seguridad que aplica en el vehículo. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor conozca el itinerario del viaje. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos para verificar que el conductor porte el original del extracto del contrato suscrito entre el prestador de servicios turísticos y la empresa prestadora del servicio de Transporte Terrestre Automotor Especializado. 		

2. Auxiliar de servicio a bordo

Se contratará cuando el servicio lo requiera. Se recomienda que el auxiliar de servicio a bordo, tenga licencia de conducción.

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo aplique el protocolo de servicios de la empresa contratante 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo conozca los servicios que se prestan a bordo del vehículo y los complementarios 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo acredite el manejo de técnicas para servicios de mesa y bar 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo conozca la ruta, el destino del viaje y sus condiciones climáticas y de seguridad 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo porte los recursos físicos y financieros, que requerirá durante el desplazamiento del vehículo 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo conozca el funcionamiento de los elementos de la cabina para el servicio de los pasajeros 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo conozca los protocolos establecidos por la empresa contratante para el manejo de contingencias 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo acredite certificación para la prestación de primeros auxilios y manejo de contingencias en desplazamientos terrestres 		
<ul style="list-style-type: none"> Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo aplique las normas de seguridad establecidas en los manuales de procedimiento y en los reglamentos establecidos por la empresa contratante 		



- Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo reciba a los usuarios de acuerdo con el protocolo de servicios de la empresa contratante.
- Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo comunique a los usuarios del servicio el protocolo de seguridad que se aplica en el vehículo.
- Proceso para verificar que el auxiliar de servicio a bordo conozca el itinerario del viaje

REQUISITOS DE LOS EQUIPOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

GRUPO A: Equipos de 4 a 9 pasajeros (campero, automóvil, camioneta)

Los equipos clasificados dentro de este grupo deben tener:

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
• Equipo de sonido		
• Aire acondicionado		
• Calefacción		
• Equipo de comunicación bidireccional		
• Recipiente para depositar desechos		
• Portaequipaje o bodega apropiada para el número de pasajeros autorizado a transportar		

GRUPO B: Equipos de 10 a 19 pasajeros (microbús)

Los equipos clasificados dentro de este grupo deben tener:

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
• Sillas reclinables		
• Equipo de sonido		
• Micrófono		
• Aire acondicionado		
• Calefacción		
• Recipiente para depositar desechos		
• Portaequipaje o bodega apropiada para el número de pasajeros autorizado a transportar		
• Equipo de comunicación bidireccional		

GRUPO C: Equipos de más de 19 pasajeros (Bus, Buseta)

Los equipos clasificados dentro de este grupo deben tener:

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
• Sillas reclinables		
• Equipo de sonido		
• Aire acondicionado		
• Micrófono		
• Sistema de exposición de video		
• Calefacción		

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de sanitario con tocador y lavamanos 		
<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación al interior del bus con luces de neón, luz día y luz individual de lectura en cada silla 		
<ul style="list-style-type: none"> • Visibilidad a través de los vidrios panorámicos 		
<ul style="list-style-type: none"> • Recipiente para depositar desechos 		
<ul style="list-style-type: none"> • Portaequipaje o bodega apropiada para el número de pasajeros autorizado a transportar 		
<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de comunicación bidireccional 		

REQUISITOS DE SEGURIDAD EN LOS EQUIPOS

Los elementos de seguridad requeridos para cada equipo deberán ajustarse a lo dispuesto en la normatividad vigente.

GRUPO A: Equipos de 4 a 9 pasajeros (campero, automóvil, camioneta)

Los equipos clasificados dentro de este grupo deben tener:

EVIDENCIA	CUMPLE	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Extintor 		
<ul style="list-style-type: none"> • Cinturones de seguridad 		
<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de primeros auxilios 		
<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de carretera 		
<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de comunicación bidireccional 		

GRUPO B: Equipos de 10 a 19 pasajeros (microbús)

Los equipos clasificados dentro de este grupo deben tener:

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
• Extintor		
• Cinturones de seguridad		
• Equipo de primeros auxilios		
• Equipo de carretera		
• Salidas de emergencia debidamente demarcadas		
• Martillo de Fragmentación		
• Equipo de comunicación bidireccional		
• Equipos de más de 19 pasajeros (Bus, Buseta)		

GRUPO C: Equipos de 10 a 19 pasajeros (microbús)

Los equipos clasificados dentro de este grupo deben tener:

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
• Extintor		
• Cinturones de seguridad		
• Equipo de primeros auxilios		
• Equipo de carretera		
• Salidas de emergencia debidamente demarcadas		
• Martillo de Fragmentación.		

- Equipo de comunicación bidireccional



En la etapa de control (C) de la prestación del servicio se tienen los siguientes procesos de búsqueda de la calidad:

REQUISITO	CUMPLE	OBSERVACIONES
Mecanismos de verificación sobre el cumplimiento de los estándares de calidad en la prestación del servicio		

Procesos de seguimiento a la prestación del servicio



Eje Ambiental

CAPÍTULO 5

CERTIFICACIÓN EN CALIDAD PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD S. G. C.

Es un sistema bien documentado, que asegura consistencia y mejoras en las prácticas de trabajo, en los productos y en los servicios. Se sustenta en normas que especifican procedimientos para lograr una efectiva administración de calidad.

La implementación del Sistema de Gestión de Calidad, es fundamental para alcanzar la certificación de los diferentes procesos y servicios de la empresa por parte de los organismos certificadores competentes.

Beneficios del S. G. C.:

- Trabajar en dirección a una mejora continua
- Identificar las necesidades de la empresa y definir sus respectivos procesos
- Realizar mejoras en productividad, reducción de costos y prevención de fallas
- Mejorar la gestión de la eficiencia
- Mejorar la imagen frente al talento humano, la comunidad y los clientes
- Cumplir con las reglamentaciones vigentes

- Obtener ventajas competitivas en el mercado
- Aumentar el número de clientes, generar su confianza y conseguir su fidelidad
- Aumentar la motivación del personal y la organización del trabajo
- Reducir los costos debidos a la falta de calidad

Pasos para implementar un S. G. C.

- Conformar equipo de trabajo y definir la estrategia
- Contratar consultoría
- Seleccionar un organismo certificador
- Construir manual de calidad
- Desarrollar documentación de apoyo
- Implementar el sistema administrativo de calidad
- Establecer preauditorías
- Obtener Certificación
- Adelantar (auditorias de mantenimiento)



PROCESO DE CERTIFICACIÓN

Adelantar en la empresa el proceso de certificación hasta obtenerla, afianza su visión integral, incrementa el nivel de satisfacción de sus clientes, racionaliza sus recursos y esfuerzos y aumenta el índice de transparencia y de cumplimiento de las normas.

¿Qué es la certificación?

La certificación es un proceso voluntario, por medio del cual un tercero –diferente al productor y al comprador– valida y asegura por escrito que un producto o un servicio cumple con unos requisitos previamente especificados.¹

Certificación de calidad turística

El programa de certificación en calidad turística se desarrolla bajo el liderazgo del Viceministerio de Turismo con el ánimo de mejorar la prestación de los servicios turísticos y el mayor fortalecimiento de la gestión de la calidad en las empresas y destinos.

Esta estrategia busca generar una cultura de excelencia que permita posicionar a Colombia en los mercados turísticos como un destino de calidad diferenciado y competitivo.

1 Icontec



Beneficios de la certificación

- Facilidades para el comercio internacional.
- Procesos de certificación armonizados y simplificados en el ámbito nacional e internacional.

Beneficios de la certificación en procesos

- La empresa adquiere prestigio y confianza, por ofrecer a sus clientes la garantía de que sus servicios e instalaciones cumplen normas específicas para el sector
- Los servicios ofrecidos se adecuan a las expectativas y necesidades de los clientes
- Se mejora la competitividad de la organización frente a los demás actores del sector, dentro de la cadena de valor
- Constituye un elemento diferenciador en el mercado, debido a la transparencia en el proceso de certificación que garantiza el organismo certificador
- Se tiene conocimiento de las expectativas implícitas y explícitas de los clientes, para generar con esa información mejoras en la organización

Beneficios de la certificación del personal

- Reconoce la idoneidad del personal que se desempeña en forma competente

- Asegura la manipulación confiable y el uso adecuado de los medios para el desarrollo de sus actividades
- Genera mayor confianza de la comunidad hacia el personal certificado
- Promueve la mejora de las competencias

Es importante reconocer la orientación de los prestadores de servicios turísticos hacia la adopción de los requisitos de calidad que contemplan las NTS, situación que se observa en las siguientes estadísticas que muestran el número de establecimientos certificados.

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS CERTIFICADOS

TIPO DE PRESTADORES	Número
Establecimientos de alojamiento y hospedaje	52
Agencias de viajes	302
Restaurantes	7
Guías profesionales de turismo	20

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Viceministerio de Turismo. Información actualizada a junio 5 de 2008.

CAPÍTULO 6

BUENAS PRÁCTICAS PARA EL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO



BUENAS PRÁCTICAS EN CALIDAD

- Definir y divulgar la política de calidad de la empresa, entre el personal, los proveedores y los clientes.
 - Establecer controles que garanticen el estricto cumplimiento de los períodos de descanso de los conductores, previamente definidos.
 - Establecer sistemas de información que permitan: identificar las necesidades del cliente, su nivel de satisfacción y las medidas de mejoramiento del servicio.
- Diseñar y aplicar proformas que precisen las responsabilidades contractuales de los clientes y de los prestadores del servicio de transporte turístico.
 - Determinar y documentar los procesos para fijar los requisitos y los responsables específicos de la operación.

"Buena práctica es aquella que es mejor que una práctica habitual"

- Disponer de menú de audio y video en el vehículo para ser seleccionado por el cliente.
- Definir y documentar procesos de atención al cliente, contratación y comercialización del servicio de transporte turístico.
- Crear el Comité de Seguridad en las empresas, con sus respectivas funciones y plan de acción.
- Definir y documentar procesos para contingencias y sus alternativas de solución.
- Efectuar análisis estadísticos sobre accidentes, para diseñar medidas preventivas.
- Mantener campañas sobre prevención de accidentes.
- Divulgar publicaciones y materiales de seguridad.
- El mantenimiento o la reparación de los vehículos deben efectuarse en talleres reconocidos, que actúen como proveedores e incidan en la calidad del servicio.
- **Capacitar y actualizar a los conductores en aspectos complementarios del servicio** como

primeros auxilios, manejo de contingencias, elaboración de mapas de riesgos, normatividad vigente para el transporte turístico, actualización Técnico mecánica, interpretación de fichas, servicio al cliente, servicios a bordo, verificación, mapas de rutas, presupuestos, interpretación y aplicación de protocolos de: servicios, primeros auxilios, normas de seguridad y contingencias. También uso de formatos empresariales para presupuestar y tramitar recursos físicos y financieros para el viaje y las contingencias.

- Implementar controles que garanticen que todos los conductores porten los documentos personales y del vehículo establecidos por la legislación respectiva; conozcan los servicios que se prestan a bordo, conozcan el funcionamiento de los elementos de la cabina, apliquen las normas vigentes para conducción de transporte especial de turismo, conozcan las vías y el mapa de la ruta, dispongan de una ficha tecnomecánica actualizada del vehículo que conducen, conozcan el estado del tiempo y de las vías en ruta y destino final, acrediten competencia tecnomecánica, realicen inspecciones regulares del vehículo, porten los recursos físicos y financieros para el viaje y para emergencias; conozcan y apliquen los protocolos de

servicio, de primeros auxilios, normas de seguridad y de manejo de contingencias de la empresa contratante, porten prueba de alcoholemia vigente, informen a los pasajeros el protocolo de seguridad en el vehículo y porten el extracto de contrato respectivo.

- Implementar controles para garantizar que el Auxiliar del servicio a bordo aplique los protocolos de servicios de la empresa contratante, acredite el manejo de técnicas de mesa y bar y conozca el funcionamiento de los elementos de la cabina para el servicio de los pasajeros.

BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD

- El principal medio de transporte para los turistas es el terrestre (moviliza un número de pasajeros siete veces mayor que el transporte por avión).
- La participación activa del sector automotor con tecnologías que reducen las emisiones contaminantes y sensibilizando a los conductores, puede ser un componente vital de la respuesta mundial al cambio climático y a la atenuación de la pobreza.
- El transporte es el soporte de la movilidad de las personas y debe contribuir a la sostenibilidad del sistema económico y social.



- Las buenas prácticas en el sector transportador se refieren a la toma de conciencia del factor ambiental en la compra de vehículos y a la correcta disposición de los residuos generados.
- Cuando inicie su recorrido no acelere a fondo. Esto solo somete a esfuerzos extras al motor.
- Acelere suavemente, cambiando las velocidades en forma progresiva para alcanzar el mayor rendimiento y disminuir las emisiones. No acelere cuando el vehículo no esté en movimiento.
- Solicite los datos sobre consumo y emisiones de CO₂ al distribuidor del vehículo o al centro de mantenimiento.
- Indague la velocidad de máxima eficiencia en el vehículo, respetando los límites de velocidad vigentes.
- Mantenga el motor sincronizado, así consumirá menos combustible. Cambie todos los filtros en los períodos indicados.
- Mantenga la presión correcta de las llantas.
- Un motor mal ajustado incrementa el consumo y las emisiones en un 10%

- Haga uso prudente y racional del aire acondicionado; este aumenta considerablemente el consumo de energía. Revise periódicamente el sistema.
- Utilice ventilación natural en su vehículo, en cambio del sistema de aire acondicionado.
- Cuando parquee el vehículo a la intemperie, utilice parasoles. Evitan el calentamiento interior.

El transporte representa una buena parte del consumo energético en el país y es un gran generador de emisiones de CO₂, la conducción eficiente y el mantenimiento preventivo de los vehículos, son buenas prácticas que ayudan al cuidado del medio ambiente y al uso eficiente de los recursos.

De cada uno de nosotros depende la supervivencia del planeta. Aún estamos a tiempo de protegerlo y cuidarlo

Se recomienda consultar la Ley 679 de 2001 y la Resolución 0119 de 2002, sobre los compromisos mínimos que deben asumir todos los prestadores de servicios turísticos, con el fin de contrarrestar el turismo sexual con menores de edad.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA Y CONSULTADA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTA CARTILLA

- **CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – PROGRAMA BOGOTÁ EMPRENDE.** (2007) Guía cómo implementar el sistema de gestión en una empresa, Bogotá.
- **CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA.** (2006) Cluster una Estrategia para cerrar Ventaja Competitiva. Medellín.
- **CEPAL.** (1991) Plataforma de Tlatelolco sobre medio ambiente y desarrollo, Santiago de Chile.
- **CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,** Ley 300 de 1996.
- **CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,** Ley 1101 de 2006.
- **CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,** Ley 679 de 2001.
- **CORPORACIÓN CALIDAD.** (2007) "Premio Nacional a la Calidad de la Gestión. Modelo de excelencia en la Gestión: Camino a la competitividad, Colombia.
- **ELIAS, J.** (2000) Organización atenta, Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- **ESCOBAR, A.** (1993) El desarrollo Sostenible diálogo de discursos, Madrid.
- **FERNÁNDEZ, R.** (2002) Segmentación de Mercados, México: Thomson Learning.
- **FERRAZ J. C.; KUPFER D. & IOOTTY M.** (Abril de 2004) "Competitividad Industrial en el Brasil" en Revista de la CEPAL.
- **FORD, R. C. & HEATON, P.** (2001) Atención al cliente en los servicios de ocio, USA: Paraninfo Thomson Learning.
- **GINEBRA, J. & ARANA, R.** (2000) Dirección de servicio: La otra calidad, España: McGraw-Hill.
- **HOROVITZ, J.** (2000) La calidad del servicio, España: McGraw-Hill.



- **INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS** – Icontec. Glosario.
- **LEFF, E.** (1992) La dimensión cultural y el manejo integrado, sustentable y sostenible de los recursos naturales, México.
- **MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO**, Resolución 119 de 2002.
- **MINISTERIO DE TRANSPORTE.** (1996) Manual de seguridad y sanidad fluvial para embarcaciones mayores, Bogotá.
- **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO - OMT.** (1999) Código Ético Mundial para el Turismo.
- **PORTER, M.** (1991) La ventaja competitiva de las naciones, Argentina: Ediciones Vergara,.

- **PRIETO, J.** (2005) El Servicio en acción, Bogotá: Ecoe Ediciones.
- **RESTREPO, C. A.; ISAZA, J. G. & ACOSTA, C. I.** (2006) Competitividad y estructura de la Economía Colombiana, Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- **ROZO, E.** (2001) Tiempo Libre, Turismo y ética. Compendio de las jornadas de reflexión, Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- **SANCHO A.; GARCÍA G. & ROZO, E.** (2007) “Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables”, Annals Of Tourism Research, Vol. 9 No. 1.
- **SESSA, A.** (2004) Producción Turística y Productos Turísticos. Contribuciones a la economía.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo



ACOLTÉS

Calle 25A N°. 32- 73 PBX: 2682121 / 2440375 - Telefax: 244 0351 Cel.: 310 6883970
E-mail: acoltres@gmail.com - www.acoltres.org.co - Bogotá D.C. – Colombia

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO IDT

Carrera 5 No. 36-21, Piso 2, Bogotá, Colombia Tels. (571) 245 6328 - www.bogotaturismo.gov.co

