



Buenas Prácticas para Agencias de Viajes



Buenas Prácticas para Agencias de Viajes

Índice

Prólogo	5
Alcance	7
Introducción	7
BP1. Gestión operativa	7
BP2. Recursos materiales, equipamiento, instalaciones y proveedores	9
BP3. Personal del establecimiento	10
BP4. Satisfacción del cliente	11
BP5. Gestión ambiental	12
BP6. Seguridad	12



Prólogo

Uno de los compromisos del Gobierno Nacional es lograr una mejora de calidad de vida para todos los ciudadanos, promoviendo el desarrollo sostenible para generar beneficios sociales, ambientales, culturales y económicas. El desarrollo sostenible de la actividad turística es un desafío para el país. Por ello la Secretaría Nacional de Turismo ha impulsado el diseño del manual de Buenas Prácticas para Agencias de Viajes y Turismo.

El presente Manual de Buenas Prácticas, ha sido elaborado con el objeto de “Mejorar la Calidad de los Servicios Turísticos”, con la intención de lograr el mejoramiento y sostenibilidad de la calidad de los servicios relacionados al turismo y, dentro de ellos, juega un papel primordial el servicio de AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO, pues es a través de ellas que se establece el primer contacto entre el visitante (turista) y el destino turístico, y luego la relación entre este negocio y el cliente tiene una duración prolongada y muy directa, hasta la culminación de la visita.

El éxito de la Agencia de Viajes está representado por la satisfacción de las expectativas del cliente y, como consecuencia, de la recomendación que éste pueda hacer ya sea positiva o negativamente.

Es pues nuestro deseo que este Manual cumpla con los fines para los que ha sido concebido contribuyendo así al desarrollo de la actividad turística y en particular al de las Agencias de Viajes locales, las que proporcionan considerables puestos de trabajos.

Este manual es de aplicación para los servicios prestados de intermediación turística por agencias de viajes. Dichos servicios deben contar con la habilitación correspondiente y estar registrados en la SENATUR.

El presente Manual de Buenas Prácticas para agencias de viajes surge como una respuesta al crecimiento turístico nacional, donde las necesidades de mejorar la calidad de los servicios requieren ser atendidas efectivamente. El presente manual proporciona una guía para alcanzar una Gestión Inicial de la Calidad mediante la implementación de las pautas de Buenas Prácticas de la gestión operativa de las empresas abarcando: los procesos principales y los de soporte de la organización, la inclusión activa del personal que lo integra y los aspectos de la calidad, ambientales y de seguridad.

Introducción

BP1 Gestión operativa



1.1 Estructura funcional de la organización

La dirección debe definir, en forma documentada, la estructura de la organización, donde queden claramente descritas las funciones y responsabilidades.

1.2 Misión y visión de la organización

La dirección establece por escrito la misión y la visión de la organización, y lo comunica a todo el personal.

1.3 Información en canales de comunicación al cliente

La organización debe identificar claramente los canales de comunicación al cliente que utiliza, y los períodos de actualización de los mismos. Dichos canales pueden ser: página web, redes sociales, blogs, e-mail, entre otros.

1.4 Información durante el proceso de venta

La organización comunica al cliente la información actualizada sobre:

- ♦ días y horarios de atención;
- ♦ servicios que presta;
- ♦ características del destino, servicios o paquetes;
- ♦ condiciones de contratación, cancelaciones, devoluciones y reintegros;
- ♦ trámites legales, sanitarios, aduaneros y de seguros necesarios;
- ♦ material de comercialización propio o de terceros a disposición de los clientes.

1.5 Información de la organización en las oficinas de informes local y/o nacional

Se debe facilitar a las oficinas de turismo del destino información sobre la organización. Esta información puede ser presentada por la organización en particular o a través de las asociaciones que la representen.

1.6 Gestión de reservas

La organización debe determinar su método para la gestión de las reservas desde su recepción hasta su confirmación. La información mínima con que debe contar cada reserva es:

- ♦ la identificación del pasajero: nombre completo, fecha de nacimiento, tipo y número de documento, nacionalidad;
- ♦ los datos del cliente para la facturación;
- ♦ los servicios solicitados;
- ♦ el itinerario (origen, destino, recorrido, fechas y horarios);
- ♦ el número de teléfono de un contacto del cliente en caso de emergencia;
- ♦ las condiciones, modos y fechas de pago.

1.7 Registros de reservas

Se debe dejar registro de la reserva, indicando como mínimo: número de personas, si es individual o grupal, pedidos especiales, itinerario, fecha del viaje (partida y llegada), horarios, servicios incluidos, precio total y saldo a abonar y persona de contacto.

1.8 Estándares de documentación de viaje

La organización debe establecer los estándares de presentación y entrega de la documentación de viaje a los clientes como, por ejemplo: modelo de itinerario, modelos de contrato, modelo de vouchers, etc.

1.9 Registros de conformidad del cliente

La organización debe considerar a la aceptación de las condiciones del servicio por parte del cliente como una información que debe ser guardada como mínimo hasta el regreso del pasajero. Esta conformidad del cliente puede estar, por ejemplo, en un contrato o en un e-mail.

1.10 Control de la documentación entregada al cliente

La organización cuenta con un registro de la revisión de la documentación de viaje, antes de la entrega final al cliente.

1.11 Servicio de guardia

La organización debe contar con un servicio que permita atender las consultas de los clientes fuera del horario de atención al público, para aquellos que se encuentren de viaje utilizando los servicios de la organización. Este servicio debe asegurar:

- a) tener una planificación del servicio de guardia donde se especifique quién y cuándo las realiza;
- b) registrar las consultas y acciones realizadas durante las guardias;
- c) analizar y evaluar los resultados del servicio de guardia que permitan mejorar el servicio. Estas acciones de mejora deben estar registradas.

1.12 Seguimiento del cliente post viaje

La organización realiza el seguimiento del cliente a través de un contacto post venta dentro de los 15 días de concluida la prestación; este contacto puede ser personalmente, vía e-mail, telefónicamente u otro medio.

BP2

Recursos materiales, equipamiento, instalaciones y proveedores



2.1 Identificación de la organización

Se debe identificar claramente el nombre de la organización en la entrada del espacio físico del establecimiento.

Se debe informar en toda comunicación comercial el número de registro de agencia de viaje otorgado por el Registro Nacional de Turismo.

2.2 Espacios y/o canales de atención al cliente

La organización debe contar con algún canal de comunicación eficaz como: página web, redes sociales, números telefónicos, e-mail, etc.

2.3 Listado de proveedores críticos de productos turísticos

La organización debe disponer de un listado de los proveedores críticos que utiliza para la intermediación de los productos turísticos, que contenga la siguiente información:

- a) datos de referencia: designación comercial, razón social, dirección, identificación fiscal, teléfono, correo electrónico, persona de contacto;
- b) detalle de los productos y servicios que brindan y que son aceptados por la organización;
- c) limitaciones o condicionantes de los proveedores y/o sus productos, a tener en cuenta en las contrataciones.

2.4 Limpieza, mantenimiento y orden en las instalaciones

La organización debe asegurar que las instalaciones de la agencia de viajes se encuentren en óptimas condiciones de limpieza, mantenimiento y orden, a fin de garantizar la buena imagen y la inocuidad en los espacios de trabajo.

BP3

Personal del establecimiento



3.1 Responsable de coordinar las acciones de calidad de la organización

Se debe definir, dentro de las funciones de la estructura de la organización, la persona que tiene como tarea, el seguimiento del presente documento.

3.2 Competencias y responsabilidades de cada puesto de trabajo

Se deben establecer por escrito los requisitos para cada puesto de trabajo, especificando sus funciones, competencias y responsabilidades. Este documento se utiliza para facilitar la selección de personal, la formación del personal y la difusión del organigrama entre los nuevos empleados.

3.3 Comunicación al nuevo personal sobre sus responsabilidades y obligaciones

Se debe transmitir al nuevo personal (incluidos los temporales) lo que se espera de ellos, sus responsabilidades y obligaciones, y la política del servicio de la organización. Esta comunicación debe quedar registrada.

3.4 Conocimiento sobre los productos y servicios ofrecidos por la organización

El personal posee conocimiento de las características de los productos y servicios turísticos que ofrece la organización (como: vuelos, excursiones, paquetes turísticos, city tour, otros).

3.5 Información sobre la oferta turística relevante

La dirección debe asegurarse de que el personal que mantiene contacto directo con los clientes, conoce el entorno geográfico del destino en el que se localiza la organización y los atractivos turísticos más importantes de la región.

3.6 Materiales y soportes de información

La organización debe contar con elementos y/o materiales propios o de terceros (folletos, mapas, páginas web, aplicaciones, dossiers, otros) para brindar información al cliente acerca de servicios, actividades y atractivos del destino; incluyendo los datos de contacto de las oficinas de información turística si las hubiera. Son ejemplos de información a brindar: excursiones, servicios de alimentos y bebidas, alojamiento, servicios médicos, alquiler de coches, lugar de venta de artesanías, etc.

3.7 Capacitación al personal

La dirección debe asegurar que se realizan como mínimo dos capacitaciones anuales relacionadas con aspectos críticos de la prestación de servicios, como ser: atención al cliente, técnicas de ventas, atención de quejas y reclamos, primeros auxilios, actualización de la oferta turística, manejo de sistemas de gestión para agencias de viajes. Se deben mantener registros de las capacitaciones impartidas.

3.8 Código de vestimenta y aspecto personal

La organización debe definir y comunicar a todo el personal, los criterios o códigos sobre indumentaria laboral y aspecto personal que los empleados deben mantener durante la jornada de trabajo y su relación con los clientes. Los criterios establecidos deben quedar documentados para asegurar su interpretación.

3.9 Fórmulas de cortesía y trato al cliente

La dirección debe definir en forma documentada y comunicar a todo el personal, determinadas expresiones y fórmulas de cortesía que se han de emplear en la prestación del servicio. Son ejemplos: las fórmulas empleadas para la atención telefónica, las comunicaciones por correo electrónico, las expresiones de bienvenida y el correcto trato con los clientes.

3.10 Herramientas de comunicación interna

La organización debe disponer de un soporte de comunicación interna que permita asegurar que la información relevante es transmitida incluyendo incidencias, cambios, quejas, pendientes, entre otros. Como, por ejemplo: un cuaderno de comunicaciones, pizarra, etc.

BP4 Satisfacción del cliente



4.1 Canales de recepción de quejas y/o sugerencias del cliente

La organización debe contar con un medio disponible para que el cliente pueda dejar y/o comunicar sus quejas y sugerencias.

4.2 Medición de la satisfacción del cliente

La organización debe disponer de algún método que le permita evaluar el grado de satisfacción de sus clientes respecto a la prestación del servicio. Los resultados deben analizarse y se consideran un registro.

4.3 Mejora del servicio

Para mejorar el servicio brindado se deben utilizar los resultados de la satisfacción de los clientes y las quejas o sugerencias recibidas. La organización debe demostrar alguna mejora implementada gracias a la información obtenida de dichos resultados.

BP5

Gestión ambiental



5.1 Acciones de gestión ambientales

La organización debe establecer acciones que procuren disminuir el impacto en el ambiente y tener evidencia de ello. Son ejemplos de acciones ambientales: separación de residuos; reutilización de papel; eficiencia del consumo energético y de agua; regulación de la temperatura en los equipos de refrigeración y de calefacción en las oficinas; etc.

5.2 Generar conciencia en los usuarios del servicio sobre el cuidado del ambiente

La organización debe realizar acciones que procuren sensibilizar a los clientes en el cuidado del ambiente, tales como: mensajes sobre la disposición de los residuos generados durante el viaje, sensibilización en huella de carbono, respeto por las culturas y paisajes, cuidado del recurso patrimonial, implementar los principios de “no deje rastros” de la ONG NOLS, entre otros.

BP6

Seguridad



6.1 Protocolo de seguridad

La organización debe disponer de un protocolo de seguridad documentado, asegurando que todo el personal esté capacitado en dicho protocolo.

El protocolo de seguridad debe contemplar la actuación del personal de la organización ante emergencias como: incidentes y/o accidentes de los clientes durante los viajes; situaciones climatológicas adversas; pérdida de información y/o documentación de los clientes y de la organización.

6.2 Información de contacto de servicios médicos y de seguridad

La dirección se debe asegurar de que el personal disponga de un listado con los teléfonos y otros datos de contacto de los servicios médicos, de emergencias y de seguridad.

6.3 Botiquín de primeros auxilios

La organización debe contar con un botiquín de primeros auxilios o similar, situado en un lugar de fácil acceso y conocido por todo el personal, para poder atender a los clientes y/o empleados en caso de accidente. Se debe mantener el stock mínimo de los productos que lo componen y verificar periódicamente sus vencimientos.

6.4 Capacitaciones en primeros auxilios

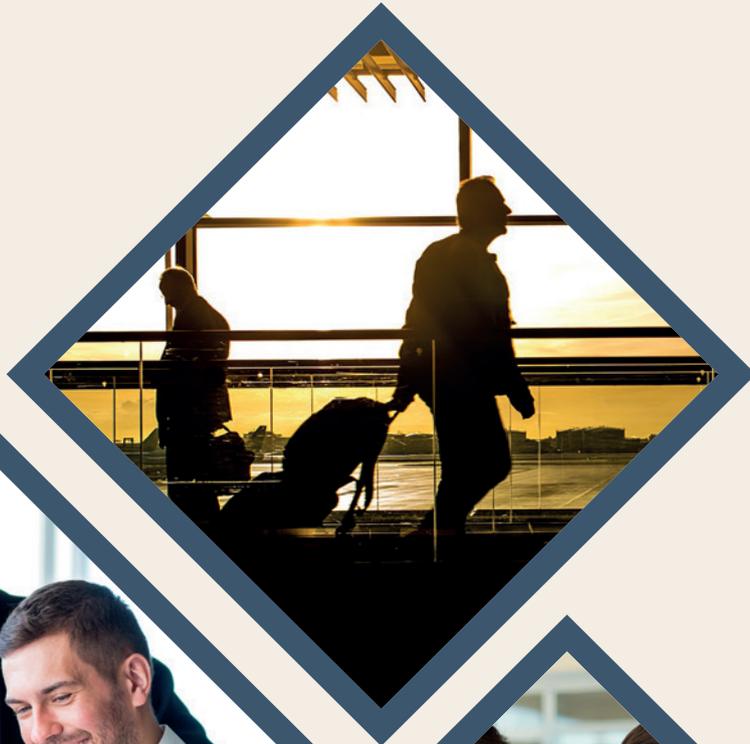
La organización debe asegurar que todos aquellos que acompañen los grupos de viajes cuentan con los cursos de primeros auxilios y RCP actualizados. Como: los coordinadores, guías, choferes.

6.5 Objetos perdidos y encontrados

La organización debe determinar un método para el tratamiento de los objetos perdidos u olvidados de los clientes, incluyendo los requisitos y condiciones para su reintegro. Se debe contar con un registro para documentar el objeto perdido u olvidado y su correspondiente disposición.

6.6 Ratio clientes / guías-coordinadores

La organización debe definir la relación entre la cantidad de guías y/o coordinadores necesarios y la cantidad de pasajeros; teniendo en cuenta las características de los integrantes del grupo de clientes, como ser: niños, familias, personas con discapacidad, etc. Permitiendo tanto un correcto desarrollo de la actividad y/o programa, cuanto la seguridad de los clientes.





TETĀPY
JEHECHAUKA
Sámbyhya
Secretaría
NACIONAL DE
TURISMO



TETĀ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

*Paraguay
de la gente*