



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DEL SECTOR
TURISMO PARA LA CALIDAD DE SERVICIOS MEDIANTE EL
SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS, 2017 - 2018**

**PRESENTADA POR
MARIELA STACY SOLANO LAVADO**

**ASESORA
MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN TURISMO

LIMA – PERÚ

2020



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
UNIDAD DE POSGRADO DE CIENCIAS DE TURISMO

**EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DEL SECTOR
TURISMO PARA LA CALIDAD DE SERVICIOS MEDIANTE EL
SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS, 2017 - 2018**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN TURISMO**

**PRESENTADA POR:
MARIELA STACY SOLANO LAVADO**

**ASESORA:
DRA. MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA**

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis padres y hermana, por acompañarme a lo largo de mi carrera y mi aprendizaje.

A mi sobrino ahijado André Jesús por ser la luz que guía mi camino.

A mi papá German, por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas.

A Miguel Ángel Martin Hermenegildo Coletti

por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, en especial al Señor Decano, Dr. Johan Leuridan Huys por hacer posible que continúe formándome como profesional.

A mi asesora Dra. Martha Alicia Romero Echevarría quien tuvo paciencia y me brindó todo su apoyo para terminar satisfactoriamente la presente investigación.

Un agradecimiento especial al Dr. Manuel Hernán Izaguirre Sotomayor, quien fue un importante guía académico, brindándome sus sabios consejos.

A mis queridas amigas Helen Yarushka Pebe Niebuhr, Jannina Aida Eyzaguirre Vallejos y Nelly Huamán Camacho por su apoyo en la realización de esta investigación.

RESUMEN

La industria turística en el Perú ha logrado un crecimiento importante y debe avanzar de manera segura con el apoyo del Estado a través de las políticas públicas diseñadas para el sector turismo, que tienen el fin de promover calidad turística sostenible.

La presente investigación se centra en el estudio de las políticas públicas que se han generado para regular la calidad del servicio turístico de las Agencias de Viajes en Perú mediante el uso de la herramienta del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, durante el periodo 2017 - 2018, lo cual permitirá conocer su impacto en cuanto a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú con el fin de generar una propuesta de mejora.

El estudio es de enfoque cualitativo, de tipo básico, transversal, de nivel descriptivo-explicativo, diseño no experimental, el método de la investigación es inductivo. El instrumento de recolección de información es la entrevista estructurada y se ha realizado a expertos en políticas públicas y propietarios de Agencias de Viaje de las ciudades de Lima y Tarapoto.

Los resultados del análisis realizado indican que el marco legal existente debe ser mejorado, siendo necesario la ejecución de sistemas de control, ya que el Perú se ha posicionado mejor en el mercado extranjero. Por tal razón es importante que se promueva la formalización de las empresas, esta acción permitirá que mejore el servicio y se genere competencia leal.

PALABRAS CLAVES: Sector turístico, políticas públicas, calidad de servicio, atención al cliente en agencias de viaje.

ABSTRACT

The tourism industry in Peru has achieved significant growth and must advance safely with the support of the State through public policies designed for the tourism sector, which aim to promote sustainable tourism quality.

This research focuses on the study of public policies that have been generated to regulate the quality of the tourist service of travel agencies in Peru through the use of the Good Practices Application System Tool, during the period from 2017 to 2018, which will allow us to know its impact regarding the quality of services of travel agencies in Peru in order to generate a proposal for improvement.

The study is qualitative, basic, cross-sectional, descriptive-explanatory, non-experimental design, the research method is inductive. The instrument for collecting information is the semi-structured interview and it has been carried out with experts in public policies and owners of Travel Agencies in the cities of Lima and Tarapoto.

The results of the analysis carried out indicate that the existing regulations must be improved, and control systems are necessary, since Peru has positioned itself in the foreign market. It is important that the formalization of companies is promoted, this will allow the service to improve and fair competition to be generated.

Keywords: *Tourism Sector, Public Policies, Quality of service, customer care in Travel Agencies.*

RESUMO

A indústria do turismo no Peru alcançou um crescimento significativo e deve avançar com segurança com o apoio do Estado Peruano por meio de políticas públicas projetadas para o setor de turismo, que podem promover a qualidade do turismo sustentável.

A presente pesquisa trata do estudo de políticas públicas que foram geradas para regular a qualidade do serviço turístico nas agências de viagens no Peru por meio da utilização da ferramenta Sistema de Aplicação de Boas Práticas, durante o período 2017- 2018, o que nos permitirá conhecer seu impacto sobre a qualidade dos serviços nas agências de viagens no Peru para gerar uma proposta de melhoria.

O estudo é de natureza qualitativa, básica, transversal, descritivo-explicativa, não experimental, o método de pesquisa é indutivo.

O instrumento de coleta de informações é a entrevista semiestruturada e foi realizada com especialistas em políticas públicas e proprietários de agências de viagens nas cidades de Lima e Tarapoto.

Os resultados da análise realizada indicam que os regulamentos existentes na política peruana devem ser aprimorados, exigindo sistemas de controle, uma vez que o Peru se posicionou no mercado externo. É importante que a formalização das empresas seja promovida, isso permitirá que o serviço melhore e gere uma concorrência justa.

PALAVRAS-CHAVE: *Setor de turismo, políticas públicas, qualidade de serviço, atendimento a clientes em agências de viagens.*

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
RESUMO	vi
ÍNDICE.....	vii
INTRODUCCIÓN	ix
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	18
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	18
1.1.1 Antecedentes internacionales	18
1.1.2 Antecedentes nacionales.....	20
1.2 Bases Teóricas	22
1.2.1 Políticas públicas relacionadas al sector turismo	27
1.2.1.1 Política Económica	30
1.2.1.2 Política Nacional del Ambiente	33
1.2.1.3 Políticas relacionadas con el mercado aerocomercial.....	34
1.2.1.4 Políticas Públicas conexas	36
1.2.2 Calidad en los servicios turísticos	38
1.2.2.1 Calidad en el Servicio Turístico en el Perú	39
1.2.2.2 Modelos internacionales de calidad turística.....	42
1.2.2.2.1 Modelo Español de Calidad Turística.....	43
1.2.2.2.2 Modelo Mexicano de Certificado de Calidad Turística.....	45
1.2.2.2.3 Modelo Colombiano de Certificación de Calidad Turística.....	46
1.2.2.2.4 Modelo Argentino de Calidad Turística.....	48

1.2.2.2.5 <i>Modelo Chileno de Certificación para Servicios de Calidad Turística</i>	49
1.2.2.3 El Plan Nacional de Calidad Turística en Perú (CALTUR)	50
1.2.2.4 El Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP)	52
1.3 Bases filosóficas	54
1.4 Bases legales	57
1.4.1 Ley N° 29408 Ley General de Turismo	57
1.4.2 Reglamento de Agencias de Viajes (AAVV).....	59
1.4.3 Constitución Política del Perú	59
1.5. Definición de Términos Básicos	60
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	62
2.1 Diseño Metodológico	62
2.2 Procedimiento de Muestreo	63
2.3 Técnicas de recolección de datos	64
2.3.1 Técnicas de recolección de la información	64
2.3.2 Instrumentos de recolección de datos.....	64
2.3.2.1 Ficha técnica de la entrevista estructurada:	64
2.4 Aspectos éticos.....	66
CAPÍTULO III RESULTADOS	67
3.1 Descripción de las entrevistas.....	67
3.2 Resultados cualitativos de las entrevistas estructuradas	68
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN	82
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	90
FUENTES DE INFORMACIÓN	92
ANEXOS.....	100

INTRODUCCIÓN

En el desarrollo turístico del país participan el sector público como el privado, por lo que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) como ente rector aplica políticas públicas que contribuyen a mejorar la competitividad del sector, al respecto Lahera (2004) indica que las “Políticas Públicas corresponden a soluciones específicas de cómo manejar los asuntos públicos” (p. 8), en este caso, se coloca en agenda pública el tema del turismo, que se ha ido posicionando como una de las fuentes de desarrollo social y económico en el mundo, específicamente en el Perú.

Ha sido necesario establecer políticas públicas con el fin de ordenar y empoderar el turismo desde los diferentes sectores, tales como: el empresarial, cultural, educativo, etc., es así como el Estado interviene en esta área especializada y desarrolla políticas sectoriales, en este sentido Bañón (2003) dice que su intervención es “...como empresa, como actor, como regulador y como planificador de la vida económica...” (p. 238), es necesario analizar la labor desempeñada por el Estado en temas de control de calidad de los servicios turísticos en Agencias de Viajes.

Debido a que las políticas de Estado se establecen por las características económicas, sociales, medioambientales, territoriales y culturales de cada sector, entonces se tendrá en cuenta la definición de una política económica para el caso concreto del sector turismo.

En este sentido, se procura ordenar y garantizar una apropiada relación con las demás políticas públicas, de manera que todas las actividades relacionadas al sector turismo se enmarquen en los niveles de calidad que el mercado global exige,

por lo que el Estado toma en consideración que este sector es muy importante, porque contribuye al desarrollo socioeconómico del país porque mueve industrias de diferentes tipos, todas involucradas con el desarrollo económico de los pueblos y regiones, es así como Monfort (2000) refiere que "...contiene la aplicación de medidas que juzguen oportunas los gobernantes, para alcanzar determinados objetivos..." (p. 8) y vincula la actividad turística, desde su posicionamiento con la política económica. Por lo que, al depender del presupuesto hay cierta discontinuación de la aplicación de algunas herramientas o políticas por falta de presupuesto.

El turismo se ha convertido en un sector que mejora la calidad de vida en el interior del país, sin embargo, no se puede decir que se esté dando esta mejora ya que esto presupone la existencia de la voluntad concertada de una serie de actores y grupos de interés.

En la actualidad, en las políticas públicas de apoyo al turismo se encuentra el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), el cual tiene a cargo la ejecución del Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), aplicado desde el 2010 y tiene como uno de sus objetivos principales mejorar la competitividad de las empresas de servicios turísticos.

El CALTUR está constituido por 4 objetivos. El presente trabajo se centra en el segundo objetivo, Prestadores de Servicios Turísticos, implementado a nivel nacional junto a una herramienta denominada: Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP) y se ha realizado a nivel nacional en agencias de viajes, hoteles y restaurantes con la finalidad de incrementar el proceso de mejora continua de la calidad de sus servicios.

En el CALTUR 2017- 2025, el entonces ministro Ferreyros (Mincetur, 2017) hace referencia de la necesidad de contar con propuestas innovadoras para consolidar al país “como un destino turístico competitivo y sostenible” (p.2), pero la calidad se logra no sólo con planes o estrategias.

La política Nacional para la calidad, aprobada mediante Decreto Supremo N° 046-2014-PCM, establece que todos los peruanos debemos asumir un compromiso con la calidad, a fin de contribuir en la mejora de competitividad de la producción y comercialización de bienes y/o servicios (p. 2).

Estableciendo que todos los pobladores deben trabajar en el logro de la calidad, se puede permitir contar con productos y servicios que sean competitivos a nivel nacional e internacional.

Existen pocas herramientas de calidad en el sector turismo, el SABP se orienta principalmente hacia la mejora de las pequeñas empresas (MYPES) y ha logrado la aceptación de los prestadores de servicios turísticos, quienes han obtenido dicho reconocimiento y en las diferentes visitas han manifestado que esta herramienta les ha ayudado a organizar mejor la gestión de servicios y la administración de su empresa.

Si bien es cierto que esta herramienta de calidad está a disposición de todos los prestadores de servicios turísticos formales, hay empresarios que no están de acuerdo y sus empresas no cuentan con este reconocimiento, aduciendo que no les brinda beneficios significativos y que no justifica la inversión de su tiempo y esfuerzo para presentar toda la documentación que solicitan los facilitadores.

En la práctica se ha evidenciado que algunas agencias de viajes, luego de obtener el reconocimiento de buenas prácticas en la gestión del servicio turístico y ambiental pasan a la informalidad y siguen operando de manera normal usando este reconocimiento, lo que va en contra de la calidad, porque incurren en malas prácticas; una de las razones más frecuentes por la que pasan a la informalidad es que en las municipalidades el proceso administrativo es largo y engorroso y otro motivo es por decisión propia.

Existen agencias de viajes que participaron muy entusiasmadas en la primera fase que es Capacitación, y cuando llegan a la segunda fase: Asistencia Técnica abandonan el programa, al contactarlas manifiestan descontento o realizan quejas sobre la herramienta y manifiestan que no cumple con las expectativas que tenían al inicio y se sienten desmotivados en continuar con este proceso.

Otras agencias abandonan el programa en la tercera y última fase: Evaluación, porque refieren que elaborar toda la documentación que el facilitador solicita es trabajoso y demanda tiempo, que prefieren usarlo en realizar las ventas y no en aplicar la mejora de la calidad de los servicios que ofrecen y manifiestan que las agencias informales venden igual o más que ellas sin tener el reconocimiento del SABP.

Los facilitadores encargados de ejecutar el SABP en las agencias de viajes a nivel nacional, deben tener experiencia sólida para brindar el acompañamiento y asesoría, de esa manera se asegura que la implementación de la cartilla sea óptima. Sin embargo, algunos empresarios que están dentro del programa manifestaron que luego de pasar las dos primeras fases y completar los requisitos que están en la cartilla, tenían dificultades en la tercera fase porque el desarrollo e

implementación de los indicadores evaluados no estaban trabajados de manera correcta y tenían que hacerlo otra vez siguiendo las indicaciones del evaluador.

La oferta en servicios del sector turismo no está preparada para el alto crecimiento de la demanda y en los últimos años, gran parte de las actividades turísticas han crecido de manera informal, sin acogerse a las normas y a la calidad exigida para el servicio de usuarios. Además, habría que considerar que la infraestructura vial se torna insuficiente y en algunas zonas escasas. Ante esta realidad, el Estado se encuentra trabajando para implementar infraestructura turística que facilite el accionar de los prestadores de servicios turísticos.

Para contrarrestar la informalidad se creó el Plan para la formalización del sector Turismo 2019-2021 con RM N° 233-2019-MINCETUR, el cual busca fomentar la formalización y mejorar la competitividad en la prestación de servicios turísticos, atendiendo los requisitos previstos en él desde julio del 2019.

Los clientes que visitan el Perú son cada día más exigentes en el mercado turístico, por tanto, las agencias de viajes se deben adecuar a las normas de calidad exigidas a nivel internacional y el Estado contribuye a través de Políticas Públicas a generar normas legales adecuadas e implementar herramientas de gestión de calidad y su consecuente aplicación.

La presente investigación pretende descubrir los resultados obtenidos al analizar la aplicación del sistema de buenas prácticas en Agencias de Viajes en los prestadores de servicios y la repercusión de la aplicación de esta herramienta en el impacto de las políticas públicas, por tanto, se formula la siguiente pregunta:

¿Cuál es el estado actual de las Políticas Públicas del sector Turismo referidas a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú, mediante el uso de la herramienta del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, durante el periodo 2017-2018?

Problemas específicos:

¿De qué manera la implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas permitió mejorar la calidad de los servicios ofrecidos de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018?

¿Cuál fue el impacto del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018?

¿Cuál fue la situación actual de las empresas que tienen reconocimiento Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de los Servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018?

Siendo el objetivo principal de la investigación:

Analizar el estado actual de las Políticas Públicas del sector Turismo aplicadas a la calidad de servicios que ofrecen las Agencias de Viajes en Perú, mediante el uso de la herramienta del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, durante el periodo 2017-2018.

Objetivos específicos

Describir el proceso de implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas que permitió mejorar la calidad de los servicios ofrecidos de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018

Identificar el impacto del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018.

Establecer la situación actual de las empresas que tienen reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de los Servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018.

El estudio se justifica por cuanto establece la mejora en la gestión de las políticas públicas que han sido generadas para aumentar la calidad de los servicios en un sector tan importante como el turismo en Perú. Además, los contenidos del presente trabajo servirán como aporte al conocimiento y material de consulta para otras investigaciones y para proponer mejoras en las políticas públicas de calidad en turismo.

Para Arbaiza (2013):

El Perú necesita una nueva y completa estrategia que permita explotar eficientemente su potencial, sobre todo el sector turístico. Tanto el incremento del proceso de globalización como las nuevas formas de turismo que éste representa, deben ser tomados en cuenta para formular dicho plan. (párr. 1).

El autor establece la importancia del turismo y su desarrollo integral en el Perú, mediante estrategias renovadas y novedosas que no solo explote su potencial actual sino considerar establecer nuevas formas de turismo y su aceptación a nivel global, utilizando dichas estrategias para el mejor desarrollo de este sector.

La importancia de esta investigación se basa en aportar diversas estrategias que pueden ser consideradas por el Estado para ejecutar una participación efectiva en el desarrollo del turismo, esto se logra con la creación de políticas públicas que permitan buscar el aprovechamiento de recursos con los que cuenta el país con el objetivo de crear riquezas para sus pueblos, establecer formas de distribuirlas y alcanzar el bienestar de su población. Considerando que el usuario de los servicios que ofrece nuestro país debe de ser atendido dentro de las exigencias de calidad que se merece y acorde a un mercado competitivo y exigente.

La presente investigación se llevó a cabo en Lima, teniendo en cuenta la entrevista estructurada de cuatro entrevistados que residen en Lima y una en Tarapoto y permitirá desarrollar criterios de mejora para los procedimientos en el sector público destinados al servicio de los clientes, beneficiando tanto al usuario como al responsable de la acción de dicho servicio, lo que permitirá el reconocimiento a nivel nacional e internacional de los estándares en atención de los servidores turísticos y sus beneficiarios.

Asimismo, aporta sugerencias para la elaboración de políticas públicas que se formalicen y concreten en la mejora de la calidad del servicio de las Agencias de Viajes, con el objeto de cubrir necesidades de mercado que requieren calidad al cubrir las necesidades que repercuten en el crecimiento del sector y por ende en el crecimiento y desarrollo económico del país en su conjunto.

Los contenidos están compuestos de cuatro capítulos, los cuales están conformados de la siguiente manera: introducción que describe la realidad problemática; el primer capítulo, presenta las bases teóricas; el segundo capítulo, se presenta la metodología utilizada; el tercer capítulo presenta los resultados; el cuarto capítulo, la discusión y por último las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la Investigación

1.1.1 Antecedentes internacionales

Inhye Oh (2016) en su tesis doctoral *Políticas Públicas para el Desarrollo del Turismo: El Caso de Cozumel, México*, de la Universidad Autónoma Metropolitana de México, profundiza los conceptos de las políticas públicas. Se analizan las políticas públicas del SECTUR (Sector turístico) de 37 Municipios turísticos y nexos cooperativos locales, jerarquizándolos de acuerdo con su cercanía al modelo de desarrollo turístico planteado, este análisis permitió establecer a Cozumel como el modelo más cercano al propuesto. Se logró el mejoramiento de objetivos que permitan el avance del sector a través de la oferta turística y el empoderamiento del trabajador del sector.

Dinant (2018) elaboró su investigación llamada *La construcción de la alteridad a través de la política pública turística: el caso del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Capachica, Puno, Perú* en la Universidad Complutense de Madrid en España. Con el objetivo de determinar

cómo el turismo rural forma parte de las políticas públicas nacionales expuestas en el Programa Nacional de Turismo Rural. El autor utilizó las entrevistas como instrumento de recolección de datos. Se determinó que los medios establecidos para ejecutar las políticas públicas relacionadas al sector turismo son esenciales para crear la alteridad de las comunidades rurales en el Perú. Debido a programas como Marca Perú y el Programa Nacional de Turismo Rural se da importancia a las zonas indígenas del país y se promueve el turismo en ellas, sobre todo en la Península de Capachica, materia de estudio de esta investigación.

Gallardo (2019) elaboró su tesis doctoral denominada *La gobernanza turística en playas certificadas de uso recreativo. Caso: Ahome y Mazatlán, Sinaloa – México* desarrollada en la Universidad Autónoma de Occidente en México. La finalidad de su investigación es examinar el programa de políticas públicas para mantener las playas limpias implementado por el gobierno con beneficio para el sector turístico. Con una metodología mixta, es de tipo exploratoria, descriptiva y explicativa de diseño no experimental. El autor empleó la técnica de recolección de datos mediante encuestas, entrevistas entre otras. Llegando a las siguientes conclusiones: se demostró que las políticas públicas impuestas por el gobierno contribuyeron en la calidad y gestión del turismo ofertado en las playas certificadas. Además, se considera que la certificación de playas se pone en práctica en diversos países con la finalidad de demostrar la calidad del ambiente en ellas y contribuye a la realización de actividades turísticas seguras.

1.1.2 Antecedentes nacionales

La búsqueda de investigaciones a nivel doctoral en Perú ha sido exhaustiva y no se ha encontrado alguna tesis publicada en políticas públicas en turismo, por lo que se tomó como referencia las relacionadas con el desarrollo económico y la calidad de servicio turístico.

Gómez (2017) elaboró su tesis doctoral denominada *El turismo de naturaleza como oferta turística innovadora en el contexto del desarrollo sostenible en la región San Martín*, en Lima, Perú. La finalidad del estudio fue analizar las formas convencionales o especializadas de promoción de los servicios turísticos de naturaleza en la región San Martín, conocer cómo las agencias de viajes ofertan sus productos turísticos de naturaleza en la provincia de Tarapoto y analizar si se cumplen con los estándares de Calidad de Servicio. La investigación es de tipo mixta, con un diseño descriptivo correlacional transversal no experimental, como instrumento se utilizó la recolección de datos mediante cuestionarios y análisis de estas. El estudio concluyó que las agencias de viaje, personal hotelero y de restaurantes no promociona adecuadamente las virtudes turísticas de Tarapoto con los turistas extranjeros; el trabajo es desarticulado con el gobierno regional y local y las empresas privadas.

Arriola (2018) realizó una investigación denominada *La ruta del pisco y el turismo en la región Ica*, tesis para optar por el grado de doctor en Lima- Perú. El estudio hace un análisis de una experiencia sobre sus técnicas de marketing utilizadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR y en comparativa a la teoría sobre otras rutas gastronómicas. Asimismo, busca identificar teorías como referencia para la elaboración del concepto sobre la ruta

del pisco. La investigación es de tipo cualitativa, como instrumento el autor realizó 9 entrevistas a profundidad de tipo semiestructurada. El estudio concluyó que la ruta del pisco utilizó un diseño preexistente de Políticas Turísticas adaptadas a la promoción de productos derivados de la fermentación de la uva como el pisco y el vino; asimismo, se evidencia que no se realizó un consenso entre los interesados para utilizar una forma determinada de marketing, incluso se excluyó a pequeños productores.

Díaz (2019) elaboró su investigación *Propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor a través del turismo rural comunitario, 2019*, tesis doctoral en Lima - Perú. El estudio busca establecer una propuesta que mediante el turismo rural comunitario se pueda desarrollar el turismo interno en San Mateo de Huanchor; además, de precisar ciertas acciones que permitan superar las deficiencias en la promoción y gestión del sector turismo y precisar las cualidades turísticas del distrito. La investigación es cualitativa de tipo descriptiva, como instrumento se utilizó la observación participante, la entrevista a expertos y la realización de *focus group* para la recolección de datos. Se llegó a la conclusión que es necesario establecer un plan integral que dé a conocer a los turistas las bondades del distrito, lo cual será beneficioso pues ayudará en la mejora de recursos y servicios turísticos ofrecidos. Asimismo, se evidencia la necesidad de un inventario turístico, la capacitación de sus pobladores y personal del gobierno local de la región, que tienen como objetivo fomentar el turismo en el distrito de San Mateo de Huanchor.

1.2 Bases Teóricas

Teoría de las Políticas Públicas

Los autores griegos se preocuparon por normar, estudiar y comprender la vida política, entre sus más grandes representantes tenemos filósofos como Platón y Aristóteles. A ellos se les considera como los padres de la Ciencia Política, por lo cual, es fundamental rescatar sus conocimientos para poder organizar la importancia de las normas y obligaciones de los funcionarios que se desempeñan la actividad política.

La política se define como la manifestación y planificación de acciones para interceder a futuros conflictos de la sociedad. Rodríguez (2016) refiere que “Las políticas se entienden como una declaración de intenciones, una declaración de metas y objetivos”. (pár. 8). Estas intenciones tienen una finalidad, donde los actores tratan un interés colectivo, realizan determinadas decisiones y las llevan a cabo.

Prelot, citado por Miró Quesada (2011, p. 13), indica que el término proviene del griego Polis, Politeia, tá Politiká y Politiké.

Polis es el grupo de personas que comparten un espacio de convivencia y conforman una ciudad.

Politeia: hace referencia a la organización del Estado desde la perspectiva de las normas y leyes.

Tá Politiká: es concerniente al Estado desde los derechos y el régimen político.

El estudio de las políticas públicas es el estudio del accionar de las autoridades del Estado, que tiene el poder y la legitimidad gubernamental para poder afrontar con decisiones y acciones un problema social, siempre y cuando esté bajo su jurisdicción y competencia. Thomas Dye, citado por Escuela de Posgrado de la Universidad Continental (s/f.), refiere que la política pública "...es todo lo que los gobiernos deciden hacer o no hacer" (pár. 3). Se entiende que los gobiernos deciden resolver los problemas de su población o ignorarlos, alrededor del mundo se puede observar políticas democráticas donde sus representantes intentan solucionar los problemas públicos de su nación, de otro lado, aún existen Estados donde la prioridad de los gobernantes no está relacionada con el bien común.

Asimismo, la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental (s/f.) cita a Manuel Tamayo Sáez (1997) quien indica que "...son el conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar los problemas que en un momento determinado los ciudadanos y el propio gobierno consideran prioritarios" (pár. 4). Los ciudadanos soportan diferentes problemas públicos en los sectores de salud, educación, económico, seguridad, entre otros, suelen ser los más perjudicados por la corrupción, ineficiencia y burocracia de sus gobiernos.

Depende de sus representantes políticos priorizar dichos problemas y darle la mejor solución posible por el bien comunitario. Por lo tanto, se puede definir a la política pública como toda acción que realiza el gobierno para resolver o no resolver problemas que aquejan a su comunidad. Ellas se elaboran según los objetivos que se desea obtener y la forma de conseguirlos mediante la participación estatal. Este proceso necesita una investigación exhaustiva sobre

los problemas públicos, alternativas de cómo proceder ante ellos y métodos de priorización de estos. Los gobiernos y la población deben compartir los mismos valores de bienestar social para establecer políticas públicas ante ciertas dificultades; ya que, ante un hipotético problema que vaya en contra de la democracia o resulte exclusivo, el Estado puede determinar que no se llevará a cabo dicha medida.

Para Meny y Thoening (2002) la política es:

un marco de orientación para la acción, un programa o una perspectiva de actividad. Así, se dice que un gobierno tiene una política económica, o sea que realiza un conjunto de intervenciones, que elige hacer o no hacer ciertas cosas en un campo específico (p. 206).

Para los autores, la política pública se concibe como toda acción donde los gobernantes, en respuesta a las diferentes demandas de la sociedad, implementan y desarrollan una serie de estrategias donde se utilizan los diversos recursos de su país para mitigar los problemas de la nación. Asimismo, las políticas públicas son las medidas que tiene un gobierno para resolver los problemas públicos que afectan el bienestar social y corresponden a las tácticas que determinan los objetivos, los propósitos y la dirección del Estado. Los representantes políticos deben tener un conocimiento total del problema y poseer una alta competencia para la negociación con los ciudadanos, la aplicación de estas debe realizarse de manera transparente y eficiente.

Winchester (2011) indica que las políticas públicas se deben caracterizar por ser estables, adaptables, coherentes, fiscalizables, de interés ciudadano y eficientes. La autora menciona que, para formular políticas públicas, el Estado

debe identificar el problema; determinar los objetivos y relevancia; debe definir los diversos escenarios para el logro de metas y las consecuencias de estas mismas; realizar un análisis y discusión con las entidades involucradas; seleccionar la solución al problema para diseñar la política pública y por último asignar los recursos correspondientes para su desarrollo.

Las políticas públicas están relacionadas directamente con el acceso de las personas a bienes y a servicios que satisfacen una determinada necesidad. En realidad, se puede decir que son normas y hechos que tienen como finalidad solucionar y otorgar propuestas a ciertas necesidades de personas que forman parte de una determinada sociedad.

Es necesario hacer énfasis que es un recurso para la solución de problemas sociales, pero asimismo es una excelente herramienta para encaminar un sector hacia un nivel de competitividad que le permita manejarse en este mercado globalizado. Para proponer políticas públicas el gobierno accede a instrumentos como las normas jurídicas, los servicios de personas que elaboran las políticas, los recursos materiales especialmente los financieros y la persuasión pues esta debe de estar ligada y responder a demandas y necesidades de la sociedad.

Teoría dinámica de recursos y capacidades

Para la presente investigación se ha considerado que la calidad en el servicio turístico se respalda en la Teoría de los recursos y capacidades presentada por Porter en 1980, luego de varios intentos y estudios en el campo de la gestión estratégica, buscando los elementos que permiten los beneficios a largo plazo. En 1991 Porter, presenta la Teoría dinámica de la estrategia, que refiere la complejidad del diseño organizativo como ventaja diferenciadora.

En el primer caso prevalece la heterogeneidad de las empresas que permite complementarse entre sí y desarrollan acciones a partir de sus propios recursos lo que hace que puedan competir y diferenciarse entre ellas, al respecto Reynoso (1998) refiere que “Al poseer recursos y capacidades que proporcionan ventaja competitiva, se pueden atender las necesidades de diversos mercados, sin colapsar cuando uno de ellos no es propicio” (p. 30).

Al respecto Medina (2013), hace referencia a la relación entre la teoría de Porter con la Teoría del Crecimiento de la Firma de Edith Penrose en la que establece que la gestión de las organizaciones debe tomar en cuenta las diferencias y establecer una dinámica para bienes y servicios diferenciados para potenciar la rentabilidad y así contar con la preferencia del consumidor.

Tomando de referencia los modelos dinámicos, Dionisio (2007) presenta su artículo acerca de una Teoría Dinámica del Sistema Turístico, basado en la economía y desarrollo del sector turístico, en base a que las publicaciones existentes presentan propuestas parciales, probablemente por falta de un estudio multidisciplinario, en su propuesta establece una interacción dinámica entre la estructura y las personas que participan en el sistema turístico.

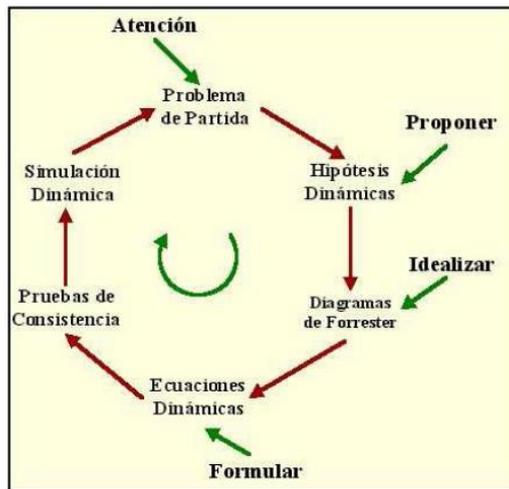


Figura 1. Modelo dinámico del sistema turístico

Fuente: Dionisio (2007)

En esta dinámica se presenta un modelo dinámico que muestra las distintas dimensiones en la interrelación de los productos, la imagen del destino y la experiencia turística que influyen en las decisiones. Este modelo debe permitir tomar decisiones para optimizar la calidad de los servicios turísticos

1.2.1 Políticas públicas relacionadas al sector turismo

La política turística se origina y fundamenta en la política económica, tiene como finalidad estimular el turismo receptivo. Esta iniciativa pública influye en el ámbito socioeconómico, sus objetivos son el crecimiento económico, la cantidad de turistas, la calidad de servicio y la duración o permanencia en los diferentes destinos turísticos.

En este mismo sentido, Arcoraci (2009) conceptualiza la Política Turística como todas las acciones que tiene a su cargo el sector estatal, tales como las entidades e instituciones públicas. “Otra definición propuesta responde al conjunto de medidas adoptadas por la Administración Nacional de Turismo (ANT) para el mayor aprovechamiento de los recursos Turísticos” (p. 1).

La autora refiere que el sector público utiliza estas medidas para fomentar el turismo y aprovechar los recursos del país. La política turística es compleja, ya que se rige por la agenda de la administración pública; asimismo, suele surgir cambios en las por las coyunturas que se presentan. El Estado es el responsable de impulsar dichas políticas de manera integral y sectorial conjuntamente, de esa manera la segmentación garantiza que los turistas se encuentren en el destino deseado y se les dé una estadía de calidad.

Fuller (2009) refiere que cada gobierno del Perú no estableció políticas públicas lo suficientemente convenientes para el sector turístico, aunque dichas políticas han permitido el desarrollo de los diferentes tipos de turismo y a que las zonas rurales y comunidades comprometidas puedan dar la bienvenida a turistas nacionales y extranjeros con mayor afluencia; no fueron lo efectivas en su totalidad, lo que demuestra que se le restó importancia al turismo como económica esencial para el desarrollo del país.

Sin embargo, en la última década el Estado reconoció la importancia del turismo para el desarrollo del Perú, por lo que se vio en la necesidad de crear normas que protejan al ciudadano común, otorgándoles a los empresarios del sector y a la población en general políticas públicas que influenciaron la creación de varias empresas turísticas confiables y seguras.

La visión del patrimonio nacional como actividad económica sugiere la creación o modificación de las políticas públicas. En la actualidad con referencia al sector turismo, reconoce que Perú atrae a diversos mercados nacionales e internacionales, ya sea por su cultura, naturaleza o gastronomía.

Constantemente se ve la necesidad de acondicionar las políticas existentes en un mercado cambiante y creciente.

Es necesario establecer la evolución de las políticas públicas en el sector turismo del Perú, sobre todo su repunte después de la crisis del terrorismo y la promulgación de la Ley General del Turismo que favorecía la inversión privada y la reinversión en turismo en el último año del segundo gobierno de Belaunde. El Estado amplía su visión sobre la oferta de servicios turísticos como de las campañas publicitarias.

El Estado es responsable de la promoción de las diferentes actividades económicas, fue el gobierno de Fujimori donde decidieron dejar la infraestructura del sector turismo a las empresas privadas y enfatizar en la promoción de este sector. Al respecto Manrique (2000), citado por Fuller (2009), refiere que:

...se buscó ampliar la oferta turística y las campañas de publicidad del Estado peruano dejaron de enfocar el llamado turismo cultural y fomentaron no solo las visitas arqueológicas sino las culturas vivas, la ecología, las expresiones artísticas regionales y la gastronomía (p. 127).

En esa época nace PromPerú, Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, la cual está adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Tiene como finalidad aumentar el flujo del turismo mediante alianzas estratégicas con organismos internacionales, participación en eventos y la promoción de productos turísticos nacionales en el mercado extranjero. Se encarga de promocionar al Perú con respecto a sus exportaciones, imagen y turismo. Busca posicionar al país en el mundo promocionando su imagen, los

diferentes destinos turísticos y los productos que se exportan, lo que contribuye al desarrollo sostenible del país.

Referente al principio de la calidad, el Estado está en la capacidad de coordinar con los distintos grupos de interés sobre la actividad turística, para promover e incentivar la calidad de los diferentes destinos que ofrece el Perú que puedan significar la satisfacción de los turistas con un crecimiento en la demanda de nuestros destinos y a la vez, otorgar como Estado la protección de sus derechos. La actividad económica de la industria del Turismo es diferente de un país a otro, esta variedad depende del flujo turístico, en este sentido Pulido (2012) refiere que:

...la política turística tiene que formar parte de la estrategia adoptada por un país en relación con su política económica, ya que el turismo también contribuye a la generación de riqueza en el territorio, de tal forma que los objetivos de ambos tipos de políticas, turística y económica, deben ser coincidentes (pár. 1).

Para el autor es importante tener una estrategia económica el cual vaya para el sector turístico de un país ya que es importante para la generación de ingresos para el país en el sector económico.

1.2.1.1 Política Económica

Las políticas económicas son las medidas que toman los gobiernos para alcanzar sus metas, sus fundamentos provienen de la teoría económica y su aplicación en el sistema económico del país.

Jordán y García et al, citados por Monfort (2000), entienden por política económica a “la intervención deliberada del Gobierno en la actividad económica con el objeto de conseguir ciertos fines u objetivos mediante la utilización de determinados medios o instrumentos”. (p. 8). El gobierno emplea ciertas medidas consideradas oportunas para alcanzar dichos objetivos.

Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (s/f.) define a la política pública como:

...el conjunto de directrices y lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país, define los criterios generales que sustentan, de acuerdo con la estrategia general de desarrollo, los ámbitos fundamentales e instrumentos correspondientes al sistema financiero nacional, al gasto público, a las empresas públicas, a la vinculación con la economía mundial y a la capacitación y la productividad. Todo ello pretende crear las condiciones adecuadas y el marco global para el desenvolvimiento de la política social, la política sectorial y la política regional (párr. 1)

Este tipo de políticas son susceptibles a la realidad socioeconómica del país y se le pueden aplicar la mayoría de los principios de las políticas generales de un Estado. Se enlazan a los sectores de salud, educación, medioambiental, monetarios, tributarios, entre otros, los cuales repercuten directamente en ellas. Un ejemplo puntual es que el Gobierno decida no solo proteger la ecología de su territorio, sino cobrar una cuantía por el acceso a dicho territorio y generar un desarrollo económico, de esa manera las medidas

establecidas y aplicadas promueven fines diferentes condicionando el enfoque de la política turística.

La toma de decisiones para elaborar políticas económicas depende de la participación de las instituciones involucradas como de diferentes directivas, la dificultad de llegar a un consenso rápidamente con todos los grupos de interés conlleva a que no se actúe de manera inmediata y a que la capacidad de dichas medidas no sea la óptima.

Siendo necesario que se tomen acciones correctivas para que los resultados mejoren en este sentido Monfort (2000) menciona que:

...la aplicación de una determinada medida de política económica. Tal situación es especialmente relevante cuando se trata de atender ciertas problemáticas, cuyas especiales circunstancias exigen medidas de corte coyuntural, las cuales requieren una política que no admite aplazamientos que invalidarían su utilidad (p. 9).

El Estado tiene la necesidad de establecer las políticas económicas con distintos organismos y coordinar diversas actuaciones, eso provoca retrasos para que se hagan efectivas y se instauran, ocasionalmente su efectividad puede verse afectada. Asimismo, si se invierte un tiempo mayor para crear una política económica acorde a la urgencia de la problemática, reducirá su efectividad.

1.2.1.2 Política Nacional del Ambiente

Los turistas de este siglo gustan de apreciar la naturaleza, su protección es de prioridad para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del turismo. Es necesario que los instrumentos legales sean los más adecuados. Si el futuro del turismo depende de la belleza que ofrece la naturaleza, es necesario considerar de prioridad la protección de esta, reduciendo los impactos negativos de todo tipo de industria y maximizar los impactos positivos en las áreas de interés turístico.

La Constitución Política del Perú establece en su artículo 67 las políticas públicas ambientales, que son importantes para el desarrollo sostenible del país, como base se han tomado en cuenta diversos tratados internacionales. La Política Nacional del Ambiente integra el aspecto social, ambiental y económico, es de cumplimiento obligatorio para los sectores públicos y privados. Sirve como para la elaboración del Plan Nacional de Acción Ambiental y otros documentos para la gestión pública.

MINAM - Ministerio del Ambiente (2010) que las políticas orientadas a este sector tienen como objetivo que mejore la calidad de vida con un medioambiente sostenible y establece que:

... el desarrollo sostenible del país, mediante la prevención, protección y recuperación del ambiente y sus componentes, la conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, de una manera responsable y congruente con el respeto de los derechos fundamentales de la persona. (p. 10).

Asimismo, el MINAM indica que la Política Nacional del Ambiente tiene la finalidad de preservar y aprovechar el patrimonio natural del Perú para lograr de manera eficiente, equitativa y prioriza la gestión de los recursos naturales; asegura una correcta calidad ambiental para el desarrollo de la población, previene afectar el ecosistema, previene los riesgos ambientales y vela por una producción limpia; además, busca afianzar la articulación de las regiones e integrarlas a las acciones en el sector ambiental.

Lograr un grado de conciencia ambiental y cultural en la sociedad, activando la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones para el desarrollo sostenible del país y, por último, conseguir el desarrollo económico, competitivo y eficiente de los sectores privados y públicos, potencializando las oportunidades económico-ambientales a nivel nacional e internacional.

1.2.1.3 Políticas relacionadas con el mercado aerocomercial

El desarrollo de los movimientos turísticos tiene relación con la política de transporte aéreo, si es liberal es favorable para el desarrollo del mercado del turismo, si es proteccionista frena el desarrollo. Es necesario considerar las necesidades del sector turístico y sus conveniencias cuando el Estado adopta políticas aerocomerciales, de esto depende en buena medida el desarrollo del sector, algunos especialistas sostienen que más de la mitad de los turistas que llegan al país lo realizan por vía aérea, razón por la cual cuando se adopta una política se debe considerar tanto las variables relacionadas con el transporte aéreo y las que tiene relación con la actividad turística.

Palomino (2014) menciona las Políticas de Transporte Aéreo en el Perú adaptadas al Convenio de Chicago de 1944, encargado del Ministerio de Transportes – MTC y Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC). Se establece la política de Cielos Abiertos y política de Libertadores del Aire.

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) (2001) aprobó el Reglamento de la Ley de Aeronáutica Civil con el Decreto Supremo N° 050-2001-MTC. En su Capítulo II, de Aviación Comercial establece en el Artículo 154, que toda actividad de Aviación Comercial genera una contraprestación por el servicio, ya sea con dinero u otros que convengan las partes (p. 51).

Asimismo, en el artículo 155° inciso a), indica que el transporte aéreo especial se desarrolla para actividades de turismo, dedicadas a ciertos circuitos aéreos, donde parte el avión desde un destino original y retorna con la posibilidad de movilizar pasajeros en el trayecto. Se pueden realizar estos servicios eventualmente. En el artículo 181 inciso c, establece que personas extranjeras sean natural o jurídica que no cuentan con permiso de operación pueden permanecer en el país con permiso de vuelo hasta 90 días calendarios, cuando la finalidad de la estadía sea por turismo privado, de instrucción o deportivo.

El MTC (2000) establece en la Ley N° 27261 - Ley de Aeronáutica Civil artículo 4° inciso i) que es un objetivo permanente del Estado promover el incremento de los servicios de transporte aéreo como promoción de la actividad turística.

1.2.1.4 Políticas Públicas conexas

El Perú como otros países tiene diversas políticas públicas que dan solución a los problemas públicos que se presentan en una sociedad y que norman el desarrollo sostenible del país de manera responsable. Los diferentes sectores cuentan con dichas políticas. El sector de educación cuenta con políticas públicas que tiene como prioridad educar a la población no solo mediante la educación básica en los colegios sino en la educación sobre la conservación de la cultura, medioambiente, entre otros.

En el caso de las Políticas de Salud Pública, se relacionan con el sector turismo porque estos lugares deben ser aptos para el uso de los turistas, las playas deben estar limpias, debe haber un control de plagas, lineamientos para la prevención de riesgos de salud, etc.

Las políticas de descentralización administrativa permiten a las autoridades locales y regionales que puedan tomar decisiones en lo que concierne al turismo, así como las políticas de Relaciones Exteriores y de Migración que permitan el libre movimiento de turistas.

En el caso de Políticas Públicas y la Calidad de las Prestadoras de Servicios en la Actividad Turística es importante reconocer que la actividad turística es compleja en su desarrollo convergen una serie de variables tanto exógenas como endógenas, en su desarrollo se relacionan numerosas empresas que prestan servicios en diversos sectores, la tan ansiada calidad en la prestación de servicios es complicada, pero no imposible.

La mejora en calidad es un tema clave para el desarrollo empresarial de los países de todo el mundo, lo que no ha sido ajeno al Perú. Nuestro país reconoce la importancia de la calidad para la competitividad en un mercado globalizado. Las políticas públicas del sector turismo evidencian la preocupación del Estado por la calidad de los servicios turísticos mediante las normas existentes y del esfuerzo realizado para su cumplimiento a cabalidad.

Sin embargo, se puede decir que el nivel de aplicación de las normas relacionadas a la calidad es variable en Perú, que es un país con un desarrollo irregular y desequilibrado en todos sus sectores económicos a nivel nacional. En las zonas urbanas y en nuestras zonas rurales, se diferencia claramente esta desigualdad, que también se puede encontrar en los distintos prestadores de servicios relacionados con el turismo. Son probablemente muy pocas las empresas que reconocen la importancia de brindar servicios de alta calidad y que comprendan que es vital para su desarrollo.

Las políticas públicas y la calidad de servicios en las agencias de viajes se relacionan, estas empresas privadas que se dedican a ofertar servicios turísticos tienen el deber de proporcionarle los estándares de calidad establecidos en dichas políticas; sin embargo, son pocas las agencias de viajes formales que se preocupan por ello. En ocasiones, no cuentan con la tecnología adecuada y su gestión empresarial es deficiente. Debido a los altos índices de informalidad en el Perú, existen empresas que no cumplen con la calidad esperada, y perjudican al sector formal que intentan cumplir las normativas vigentes dentro de sus posibilidades.

La Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) estima que, en Perú, el 70% de estas empresas operan incumpliendo las normas y evadiendo impuestos, lo que afecta la recaudación fiscal, la calidad de los servicios y la imagen del Perú como destino turístico.

Es necesario reconocer que la informalidad existente en el desarrollo de estas actividades es muy similar a otros sectores de desarrollo económico y en la medida que el país logre reducir los índices de informalidad a nivel nacional en todos los sectores, se logrará una reducción de la informalidad en la actividad turística. Toda política pública repercute en los sectores económicos del país, si se logra la tan ansiada reducción de informalidad, las políticas públicas sectoriales serán aplicables con mayor efectividad.

1.2.2 Calidad en los servicios turísticos

Desde los inicios de la era industrial, el referirse a un buen producto o al desarrollo de la gestión de calidad asociada al seguimiento en la elaboración y producción de productos en masa con similares condiciones, era motivo para escogerlos o seleccionarlos según su perfección para la venta; esto es, aprobados o rechazados para la salida al mercado. En aquella época, se le daba mayor importancia a la productividad; sin embargo, que elaboren productos en masa no significaba que esto bajaría la calidad de los productos, al contrario, las exigencias del mercado hacían necesario desechar todo aquello que no pasaba el control de calidad.

Castellucci (2011) por otra parte refiere que, ante el surgimiento científico del trabajo a través de Taylor y Fayol, la industria cambia su concepto de

producción y se aleja de la simpleza, determinando funciones específicas para cada posición sin restar importancia a ninguna parte del proceso de producción. La calidad es una prioridad instalada en la mentalidad de los empresarios y es cumplida tanto por supervisores como por los encargados de producción. El empleo de los sistemas de calidad como herramientas gerenciales utiliza a las estadísticas y a la administración en conjunto. El industrialismo de Japón en comparación con otros países es superior en cuestión de calidad, por ese motivo otros países comienzan a imitar su modelo de producción.

1.2.2.1 Calidad en el Servicio Turístico en el Perú

La actividad turística es la acción que realiza un visitante a un determinado destino, es su finalidad al realizar el viaje, por lo que necesita que le brinden servicios turísticos. Conexión Esan (2016) describe al servicio turístico como un grupo de actividades relacionadas a la conexión que se entablan entre los consumidores y los clientes potenciales. Son una serie de servicios que van desde informar a los clientes sobre el destino elegido, reservas, hospedaje, alimentación, medios de transporte, visitas guiadas, entre otros.

Es recomendable que los consumidores accedan a servicios turísticos de empresas que estén reconocidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), para evitar ser víctimas de fraudes y otros delitos.

La Dirección General de Política de Inversiones del Ministerio de Economía y Finanzas (2011) refiere que el Perú cuenta con recursos turísticos, los cuales son fundamentales para el desarrollo del sector turismo. Su patrimonio cultural, monumentos arqueológicos, biodiversidad, culturas y

gastronomía demuestran que se puede desarrollar una oferta variada de servicios turísticos.

La afluencia de turistas produce actividad económica valiosa; sin embargo, la atención al cliente debe ser adecuada, no solo requieren adquirir pasajes, hoteles, entre otros, sino la calidad del servicio turístico de inicio a fin. Se debe velar por la seguridad de los turistas con respecto al transporte y el alojamiento. El Estado cumple un rol importante donde invierte un presupuesto para la mejora de la infraestructura, instalaciones, promoción, inversión privada, etc. De manera, que el sector público y privado actúe conjuntamente para generar recursos turísticos de calidad y competitivos.

La Dirección General de Política de Inversiones del MEF (2011) indica que los servicios turísticos son proporcionados a clientes que desean viajar para hacer turismo y los clasifica en:

- Servicios turísticos privados: Son ofrecidos por empresas que prestan servicios turísticos.
- Servicios turísticos públicos: Se ofrecen mediante recursos turísticos con el objetivo de satisfacer las necesidades del turista. Como los servicios turísticos de orientación, información, observación, interpretación, descanso, exposición, estacionamiento, etc.

El servicio turístico en general es reconocido como el trabajo realizado para terceros con la intención de brindar satisfacción a los clientes. Es una venta de intangibles, aquellos que se brindan, pero que no se obtienen de manera física sino con la satisfacción del uso. Por ejemplo, si se hace la

compra de un pasaje aéreo se obtiene un boleto en la venta del asiento a nuestro nombre, pero no son dueños más que del uso momentáneo del asiento, mientras dure nuestro viaje y éste deberá cumplir con estándares de seguridad, calidad, higiene y confort propios de un transporte aéreo de calidad. El nivel de satisfacción puede ser medido continuamente y evaluado para realizar correcciones o mejoras en cada vuelo.

Es la razón de la existencia de las agencias de viaje y se posiciona como la marca, mientras que los servicios de valor agregado son los que estarán libres de costo y serán parte del servicio principal, incrementando el valor al producto haciéndolo más atractivo para el consumidor. Incursionar en la prestación de servicios turísticos es muy delicado, ya que si no se conoce el mercado ni se define correctamente el servicio, su presentación o realización inadecuada hará caer a la empresa en publicidad engañosa y se perderá no sólo un turista sino podría ser denunciada por el cliente y multada por las entidades que defienden al consumidor.

Las características diferenciales del servicio turístico cada cliente las puede identificar de acuerdo con su necesidad tomará el que mejor se acomode a su necesidad así deba trasladarse al lugar en donde se encuentre la empresa que lo ofrece para adquirir servicios en el destino escogido (Castellucci, 2011). En cuanto a la importancia de resaltar la calidad de servicios radica en la cualificación, así como en el del capital humano para satisfacer al cliente; ambos componentes definen la excelencia o precariedad del servicio asegurando una nueva selección del servicio o vetándolo en su círculo de conocidos.

1.2.2.2 Modelos internacionales de calidad turística

La calidad es un factor estratégico que se ha implementado últimamente en la búsqueda de posicionarse en el mercado y mantener un modelo de calidad de servicio óptimo. La Organización Internacional de Normalización - ISO en la norma N° 8402 del año 1990 establece como calidad a las características que una empresa puede proporcionar a sus clientes con el fin de satisfacer sus necesidades, esta norma complementa a la norma ISO 9000 de 1986.

Para Delgado (2001) cita a la Organización Internacional de Normalización – ISO en referencia a la Norma ISO 9000 que define a la calidad como “La integración de las características que determinan en qué grado un producto satisface las necesidades de su consumidor.” (p. 5). Se entiende que la calidad va de la mano con la eficacia para cubrir las expectativas del cliente.

No se puede separar el servicio proporcionado con la calidad de este, ya que los avances en cuanto a tecnología e infraestructura han permitido su venta como intangibles vanguardistas, la mejora en proporcionar calidad en la adquisición de servicios turísticos ya sea por modernización, sofisticación o competencia; obliga a las empresas a ser más competitivas y realizar una oferta de servicios integrales. Para Izaguirre (2014) la calidad “...se ha convertido en un factor imprescindible para la continuidad a largo plazo de las empresas turísticas” (p. 22). El autor refiere que la calidad ayuda a mejorar los productos y servicios turísticos ofertados en busca de una demanda más selectiva, concedora de servicios exclusivos y más elaborados o complementados de acuerdo con el tipo de cliente.

La satisfacción del cliente se ha vuelto una obsesión para el sector turismo a nivel mundial. La globalización ha permitido al usuario realizar comparaciones de servicios en cuanto a la oferta del mercado y lo que se espera obtener por un monto determinado. Es necesario conocer no sólo sus necesidades, sino cuánto está dispuesto a ofrecer el mercado.

Alonso, Barcos y Martín (2006) mencionan que en España la posibilidad de entender la calidad como una percepción en evolución constante, modernizándose con el tiempo y necesidad, se aplica a las empresas relacionadas con la producción y los servicios vinculados con el turismo. Teniendo en cuenta que hablar de calidad es indiscutible dedicarle atención a la definición de Crosby (1995) la cual indica que la calidad es el cumplimiento de las especificaciones del cliente con el deseo de responder a las expectativas que el consumidor tenga sobre el servicio, sea cual sea su idea del servicio o calidad, éste debe llenar su escala de valores en cuanto a satisfacción.

1.2.2.2.1 Modelo Español de Calidad Turística

España utiliza la letra “Q” como marca de calidad turística en España, y se puede entender que su modelo y usanza son repetitivas en certificaciones internacionales como por ejemplo TED QUAL. Otros buscan asociar el producto al nivel de calidad alcanzado, como un estándar a seguir internacional. La marca “Q” Calidad Turística otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española - ICTE, que, a diferencia de otros países, esta denominación está a cargo de una organización privada sin fines de lucro y reconocida en toda España.

El ICTE certifica empleando el sistema de calidad específicamente desarrollada para empresas de servicios turísticos. Entre las asociaciones turísticas españolas más importantes se encuentran las Comunidades Autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias que se encargan de certificar, administrar y velar por el uso adecuado de la marca “Q”.

El ICTE como una organización sin ánimo de lucro con funcionamiento desde el año 2000, es la integración de los institutos turísticos más antiguos de España instituido por seis subsectores con la finalidad de difundir los sistemas de salvaguardia de la calidad en las empresas.

Las actividades desarrolladas para este fin son:

- Normalización: Para la creación, desarrollo y revisión de las normas de calidad turística.
- Certificación: Para el reconocimiento del esfuerzo otorgado a las empresas turísticas en la implantación del sistema de calidad mediante el sello “Q”.
- Promoción de la Marca Q de Calidad Turística Española: Asimismo, de aquellas empresas que posean campañas publicitarias, publicaciones, ferias, notas de prensa, etc.
- Formación: Mediante el plan de formación especializada en turismo con cursos presenciales y en línea, desarrollado por el ICTE.

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo otorga de manera anual al ICTE una subvención que, en el año 2018 fue de 200.000,00 €, esto como parte de las actividades que tiene financiamiento de la secretaría de Estado de Turismo de Presupuestos Generales del Estado Español para financiar la promoción del Sistema de Calidad Turística Española, así como la Marca Q de Calidad Turística. Asimismo, la Secretaría de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas establece que la “Q” aporta a los establecimientos turísticos: prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción, así como un aval ya que es prueba de que han debido pasar por controles estrictos auditables asegurando brindar servicios de calidad con la seguridad debida y el profesionalismo que protege y brinda una buena experiencia a los clientes.

1.2.2.2.2 Modelo Mexicano de Certificado de Calidad Turística

En cuanto al modelo mexicano de certificación de calidad, es un proceso que se sigue desde 1841, a través del Ministerio de Instrucción e Industria, el cual ha ido perfeccionando el concepto de calidad en las empresas a nivel nacional. Hoy en día se realiza un control exhaustivo con relación a las normas de calidad por medio de las instituciones públicas como es el caso de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, ente controlador de calidad de los productos nacionales e internacionales que se emplean en dicho país, así como el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación a cargo de promover la competitividad entre empresas turísticas. Además, emite políticas públicas para la administración ambiental y turismo. En el caso de la

Asociación Mexicana para la Calidad, responsable de impulsar la imagen de las organizaciones mexicanas en el extranjero.

El Instituto Avanzado para la Calidad Total, busca la práctica de negocios para la mejora de la calidad de servicios; en el caso de la Fundación Mexicana para la Calidad Total, su objetivo es la difusión de políticas de calidad como cultura empresarial para el beneficio corporativo mexicano. Asimismo, el Sistema Nacional de Certificación Turística está a cargo de la SECTUR - Secretaría de Turismo, que busca consolidar el sistema de servicios en el uso de esta herramienta para lograr dicho fin. Es necesario entender la necesidad de un país que lleva desarrollando turismo desde hace más de 50 años como ingreso neto, por lo que tanto sus destinos como prestadores de servicios buscan alcanzar los estándares más altos de calidad, aumentando el número de visitantes por año.

Para trabajar en estándares de calidad, el sistema aplica un reconocimiento a través de SECTUR a los prestadores de servicios que demuestren el cumplimiento de procesos de mejora continua, garantizando una mayor calidad a los turistas nacionales y extranjeros. Es así como se instauran cinco niveles de calidad en el sector: bronce, plata, oro, platino y diamante.

1.2.2.2.3 Modelo Colombiano de Certificación de Calidad Turística

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo mediante su Viceministerio de Turismo, que a su vez tienen el Grupo de calidad, Seguridad, Cooperación Internacional de Colombia promueve el proceso de certificación en Calidad

Turística para las empresas prestadoras de servicios turísticos en todo el país, con la intención de elevar la calidad de sus servicios y beneficiar así a los turistas que lo visitan.

Esta certificación es de carácter voluntario para el sector turístico, se rige por la norma técnica sectorial que debe cumplirse para asegurar la calidad de los servicios. De acuerdo con los requisitos que plantea la norma, la parte certificadora asegura que el prestador de servicios turísticos cumple con las especificaciones solicitadas, quiere decir en términos generales, que el prestador de servicios está debidamente inscrito en el Registro Nacional de Turismo; por lo tanto, asume el compromiso de implementar los requisitos que exige la norma, destinando los recursos para la mejora constante de los recursos humanos, técnicos y financieros.

El proceso para obtener la certificación de calidad consiste en realizar su consulta en la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo acerca de las normas técnicas sectoriales para cada uno de los subsectores, para luego contactar a una certificadora autorizada que realice una auditoría previa, que servirá como diagnóstico donde le permita conocer el grado de cumplimiento frente a la estipulación de la norma técnica. Una vez verificado, debe realizar el levantamiento de observaciones, el prestador de servicios acuerda con la certificadora la fecha de la siguiente auditoría. En caso pase todos los controles, la certificadora entrega el certificado de calidad al prestador el cual tiene una vigencia máxima de tres años e informa al Viceministerio de Turismo.

Las auditorías de verificación y seguimiento de la mejora continua, así como el cumplimiento de la implementación. La certificadora puede contactar al prestador de servicios para acordar una fecha de inspección; de la misma forma, está permitido que dichas auditorías sean de manera incógnita para la verificación y monitoreo de los avances en el levantamiento de observaciones. El certificado de calidad tiene una duración de 3 años y la renovación está sujeta al cumplimiento de los criterios de mejora. La certificadora decidirá si se renueva o no la certificación.

1.2.2.2.4 Modelo Argentino de Calidad Turística

El SACT - Sistema Argentino de Calidad Turística consiste en un conjunto de herramientas que permiten promover la calidad en cada una de las prestaciones turísticas que se brindan en los destinos de dicho país. Se enfoca en lograr una competitividad sana y de cooperación entre las empresas turísticas, las cuales operan en el país aplicando estándares de calidad que promuevan la sustentabilidad en el ámbito social, económico, cultural y ambiental para un desarrollo integral y de conciencia.

Toda labor de calidad debe desarrollarse con el apoyo de los organismos del Estado y la comunidad empresarial; por lo que utilizan la metodología de trabajo en conjunto de la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación, las jurisdicciones provinciales y la ciudad autónoma de Buenos Aires, se adhieren voluntariamente al SACT para la mejora de la calidad a nivel nacional. Toda empresa que desee aplicar debe presentar una solicitud formal al Municipio y Provincia que pertenecen para ser informada la Secretaría de Gobierno de

Turismo, de esta manera podrá ser incorporado al plan anual, determinando la fecha para la implementación del SACT en la zona solicitada.

La certificación de calidad plasmada en la norma IRAM-ISO 9001: 2015 es parte del programa, se realiza el diseño de herramientas del sistema argentino de calidad turística, planificación, implementación y monitoreo de herramientas de calidad para la mejora continua del sistema nacional.

1.2.2.2.5 Modelo Chileno de Certificación para Servicios de Calidad Turística

El SERNATUR – Servicio Nacional de Turismo creó el sistema de certificación de calidad de los servicios turísticos de Chile con la intención de generar confianza, tranquilidad y seguridad para los turistas y excursionistas que contraten un servicio turístico en dicho país. Este programa tiene la obligación de promover el sistema y sello de calidad a nivel nacional en Chile. Una vez que la empresa obtiene su certificación, es el SERNATUR quien comunicará a través de sus medios de difusión oficiales sobre la certificación obtenida por dicha empresa.

Esta certificación se encuentra basada en normas técnicas que establecen los requisitos que debe cumplir una empresa para realizar un servicio de calidad, ya sea por requerir equipamiento, infraestructura, servicios generales, marketing, etc. El cumplimiento de dichas técnicas es verificado por los organismos certificadores acreditados por el Instituto Nacional de Normalización - INN que tienen la responsabilidad de auditar a las empresas que voluntariamente hayan decidido implementar un sistema para la calidad de servicios.

Las 48 normas técnicas implementadas para el sistema se aplican a los prestadores de servicios turísticos de los rubros de: alojamiento, turismo de aventura, guías turísticas, agencia de Viaje y Tour Operadores.

En la etapa de certificación el Organismo Certificador puede solicitar información necesaria, con lo que se emitirá una oferta técnico-económica para el cumplimiento de las normas y certificarse. El empresario decide la empresa auditora y el Estado apoya al empresario con el subsidio del proceso cuando dicha certificación ha sido aprobada.

1.2.2.3 El Plan Nacional de Calidad Turística en Perú (CALTUR)

El CALTUR brinda una herramienta que busca optimizar la calidad del producto turístico, combinando los servicios y brindando facilidades de acceso a ellos, con el fin de motivar a los turistas a realizar el viaje, además, asegurando la calidad se brinda satisfacción por lo que se apertura la posibilidad de que la experiencia se repita y que otros turistas la sigan.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), permitiría que la posición del Perú como destino turístico a nivel internacional mejore, siendo el objetivo general del CALTUR al 2018, consolidar el posicionamiento del país como destino turístico, este reconocimiento estaría en relación directa a la calidad total, vale decir de los turistas y de los pobladores de las zonas de destino por la afluencia sostenida de turistas.

Lo que el Plan Nacional pretende es aprovechar los recursos que tiene el Perú, que se han convertido en patrimonio nacional, natural y cultural, que

convocan la atención de personas y empresas de todo el mundo y significa ingreso de divisas al país y rentabilidad para las empresas.

Los objetivos específicos del CALTUR son cuatro: el primer objetivo es Recursos humanos competentes como la cara del servicio; el segundo se relaciona con los Prestadores de servicios turísticos que apliquen buenas prácticas empresariales y asuman la responsabilidad con la sociedad y el respeto al patrimonio natural y cultural, el tercer objetivo hace referencia a los Sitios Turísticos, que se manejen con criterio de uso público sostenible, disponer de servicios y facilidades adecuadas y que constituya productos atractivos y competitivos. Y un último objetivo que hace referencia a que los Destinos Turísticos principales brinden seguridad al visitante con una gestión competitiva.

Es importante resaltar que el CALTUR cuenta con unos instrumentos iniciales para lograr los objetivos propuestos como:

- Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas: Proporciona a los que prestan el servicio establecido el manual de buenas prácticas y a aquellos que la apliquen se hacen merecedores de un reconocimiento.
- El programa de Mejora del sistema de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos tiene como propósito mejorar el proceso de gestión proporcionando información, conocimientos, herramientas y estrategias pertinentes a cada empresa.
- Sello de Calidad Turística PERÚ, creado por MINCETUR que distinga a los prestadores de servicio y operadores turísticos en el uso correcto de las Normas Técnicas Peruanas aprobadas por el Instituto Nacional de Defensa

de la Competencia, y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

1.2.2.4 El Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP)

El SABP, se ha convertido en una de las herramientas en constante aplicación dirigido a los prestadores de servicios turísticos quienes son insertados en procesos de mejora continua y es la herramienta de mayor alcance dentro del Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) la cual está vinculada en el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), su evaluación y desarrollo se lleva a cabo desde el año 2010 bajo el régimen de la Dirección de Normatividad y Calidad Turística de la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico del Viceministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

El objetivo es promover y mejorar la calidad de los servicios turísticos implementando buenas prácticas de gestión. MINCETUR tiene a su cargo la intervención de esta herramienta, coordinando con los gestores de los destinos turísticos y la aplicación de ésta a cargo del Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR.)

Las Agencias de Viajes deben contar con requisitos generales, como: Ser micro o pequeña empresa, tener con RUC activo, la licencia de funcionamiento debe estar habilitada y estar registrado en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR).

Para implementar el SABP se toma como referencia los Manuales de Buenas Prácticas, entre estos documentos encontramos el Manual de Buenas Prácticas para Agencias de Viajes y Turismo (MINCETUR, 2013) y Manual de Buenas Prácticas Ambientales para Agencias de Viajes y Turismo (MINCETUR, 2008) entre otros.

El personal encargado de realizar la ejecución del SABP son los facilitadores quienes desarrollan la aplicación de la cartilla clasificada en 4 aspectos: Gestión de Servicios, Gestión Administrativa, Consideraciones Ambientales y Gestión de Turismo de Aventura y se verifican mediante la observación directa de la evidencia que presentan los prestadores de servicios turísticos.

La cartilla se elabora teniendo en cuenta la siguiente normativa: Norma Técnica Peruana 500.002 – NTP 2006, Decreto Supremo N° 004-2016-MINCETUR Reglamento de Agencia de Viajes y Turismo y el Decreto Supremo N° 005-2016 MINCETUR Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura y otras fuentes principales de referencia como el Código Ético Mundial para el Turismo (Organización Mundial de Turismo, 2001), el Manual de CTN de Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios (Proyecto CTN, 2007).

Las empresas son asesoradas y evaluadas en un periodo máximo de un año y se implementan tres fases: Capacitación, asistencia técnica y evaluación y después de aprobar estas fases se otorga el reconocimiento y pertenecen al directorio de empresas comprometidas con la mejora de la calidad en Turismo.

1.3 Bases filosóficas

El sector turístico contribuye sustancialmente a la economía de los países del mundo, por lo que ha ido cobrando un lugar en el campo de la investigación por su trascendencia en el campo de la sociología, psicología, antropología y otras ciencias, incluso el derecho, abriendo caminos para la aplicación de la metodología científica en el campo del turismo, permitiendo la creación de teorías en base a la reflexión y la crítica de los fenómenos turísticos.

Existen debates acerca de la científicidad del turismo, al respecto Arias (2020) cita a Glücksmann (1935) afirmando que "...también se preocupa por la perspectiva científica del turismo y aboga por su mejor comprensión con la utilización de la ciencia. Se destaca que estas visiones científicas tienen claramente el positivismo por fundamento epistemológico" (p. 628).

Diferentes autores ponen distancia entre las ciencias sociales y naturales, debido a su epistemología, sin embargo, de Souza Santos (1987) citado en Arias (2020) afirma que todo conocimiento científico-natural es científico-social a lo que el autor acota que la intervención del hombre en las ciencias naturales es subjetiva "...por más objetiva que sea la investigación, el hombre influye en aspectos que varían el fenómeno u objeto que estudia, bien sea natural o social" (Arias, 2020, p. 633).

En el mismo sentido Arias (2020) cita a Horkheimern (2000) quien afirma que las ciencias sociales "...toman la totalidad de la naturaleza humana extrahumana como dada y se interesan por la construcción de las relaciones del hombre con la naturaleza, y de los hombres entre sí" (p. 632)

En cuanto a los principios que rigen a las decisiones del Estado que permiten resolver los problemas que se han suscitado en las actividades turísticas, esto lo ha hecho a través de los procesos decisionales que involucran múltiples actores mediante estrategias para resolver los problemas, pero que pueda funcionar depende de la gestión que pone en marcha la maquinaria estatal para que sea o no eficiente.

En este sentido se puede recurrir a la epistemología del turismo en el intento de abordar "... la construcción del conocimiento científico y sus polémicas, la cuestión filosófica y epistemológica en relación con el conocimiento turístico, tendencias y actitudes renovadoras en el conocimiento científico" (Nechar, 2018, p. 134) de manera que se reconozca la validez de este conocimiento, que en la actualidad van más allá del modelo tradicional porque necesitan de la creatividad y modelos dinámicos a problemas cada vez más complejos.

Panosso (2008) justifica la filosofía aplicados a la investigación en turismo, por su aporte al conocimiento, arguyendo que "Uno de los elementos abordados por la epistemología es la adquisición del conocimiento. En este aspecto son tres las principales vertientes: el empirismo, el racionalismo y el criticismo. (p. 392), en este sentido la aplicación de la metodología que lleva a reflexionar sobre el saber de cada elemento en el que se desarrolla la actividad turística.

En cuanto al empirismo se fundamenta en las experiencias por ellas se conciben las ideas y producen un tipo de conocimiento, David Hume (1711-1776) citado en Panosso (2008) dice que "Su pensamiento es esencialmente crítico, sólo existen sensaciones, por eso afirma que todo conocimiento está basado en

sensaciones. Con Hume el empirismo alcanza su mayor grado de desarrollo” (p. 393).

En cambio, los racionalistas se fundamentan en la razón, su mayor representante es el filósofo René Descartes (1596-1650), quien es autor de la “...célebre frase “medito irgo sun” (pienso, luego existo) y es aquí donde considera que se encuentra su primera verdad, su certeza mayor” (Panosso, 2008, p. 393). En esta frase deja claro su postura en la que da importancia a la mente sobre la experiencia.

Acerca del criticismo, intenta conciliar los fundamentos de la razón-experiencia. El filósofo alemán Emanuel Kant (1724-1804) afirmó que “Los adeptos a esta corriente proponen un estudio más detallado y meticuloso del acto de conocer, colocando siempre el problema en la percepción conjunta del “sujeto-objeto” (Panosso, 2008, p. 393).

En el mismo sentido Nechar (2018) se refiere a la epistemología del turismo como el ejercicio crítico-reflexivo, en cuanto a construir y producir conocimientos, lo que da lugar a los diferentes “...enfoques teórico-metodológicos del turismo, más allá de la visión posfuncionalista hegemónica de la llamada investigación científica”. (p. 135).

... se precisa de no solo de un corte cientificista sino de incorporar un pensamiento filosófico-reflexivo que lleve a una (des)construcción y (re)significación de los criterios epistemológicos y de responsabilidad que hacen a la construcción del conocimiento y pensamiento en turismo. (Moscoso, 2019, p. 228)

Es así como, el conocimiento que se obtiene desde la praxis que involucra todas las actividades que están en relación con el turismo y la transformación social, cultural y económica que gira en torno a él lo colocan en el campo de la ciencia, que trasciende por medio de la filosofía, debiendo profundizar en la reflexión acerca de los problemas sociales que se vienen tratando y resolviendo como producto de la conjunción de distintos quehaceres: humano, social y político.

1.4 Bases legales

1.4.1 Ley N° 29408 Ley General de Turismo

El diario El Peruano (2009) publica la Ley N° 29408 Ley General de Turismo aprobada por el Congreso de la República, en el artículo 1 se establece la importancia y prioridad del turismo para el desarrollo económico del país, mediante políticas públicas se regula el presupuesto para infraestructura y promoción, desarrollando los requerimientos del sector para su continuo crecimiento. Intervienen los gobiernos central, regional y municipal, todos vinculados a la actividad turística y que están en la obligación de considerar dentro de sus planes estratégicos un porcentaje presupuestal destinado al turismo, sea para mejorar infraestructura, crearla, entre otros programas de promoción.

El diario El Peruano (2009: 1) establece en la Ley General de Turismo en el artículo 3°, los once principios de la actividad turística:

1. Desarrollo sostenible: Favorece el desarrollo sociocultural, económico y ambiental de las localidades, que procuran la conservación del patrimonio cultural nacional.
2. Inclusión: Incorpora facilidades de acceso a grupos vulnerables y excluidos.
3. No discriminación: Respeta la igualdad cultural, de género y de cualquier población considerada vulnerable.
4. Fomento de la inversión privada: Impulsa la inversión del sector privado para generar empleos.
5. Descentralización: Participan gobiernos regionales y locales por el beneficio directo de dicha población.
6. Calidad: Incentiva la calidad en los servicios turísticos para satisfacer a los clientes y proteger sus derechos.
7. Competitividad: Incentiva tanto la inversión privada nacional como extranjera para una oferta de servicios turísticos competitiva.
8. Comercio justo en el turismo: Distribución económica justa por los beneficios económicos obtenidos.
9. Cultura turística: Incentiva la participación de los ciudadanos para que se involucren en la actividad turística para fortalecer el desarrollo sostenible.
10. Identidad: Contribuye a fortalecer la identidad nacional.
11. Conservación: Promueve la conservación de los recursos naturales.

1.4.2 Reglamento de Agencias de Viajes (AAVV)

Como parte de la regulación y acciones tomadas por el Estado para el mejoramiento de la calidad se elaboró el Reglamento de Agencias de Viajes (AAVV) a través del Decreto Supremo N° 005-2020, cuyo objetivo es el de formalizar, unificar y supervisar las prestaciones de servicios en las agencias de viaje ya sean operadores de turismo, mayoristas, minoristas.

El Estado como ente rector designa al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la ejecución del Plan Estratégico Nacional De Turismo (PENTUR), que en coordinación con gobiernos regionales y locales fomenta el desarrollo del turismo y formalidad en la oferta de los servicios en beneficio del Estado, la inversión privada, los pequeños empresarios, poblaciones locales y a turistas nacionales y extranjeros.

Es importante destacar que el PENTUR tiene la finalidad de integrar los recursos y servicios turísticos de los diferentes grupos de interés, para satisfacer la demanda y desarrollo socioeconómico del país y alcanzar un turismo sostenible como herramientas de desarrollo económico, social y ambiental.

1.4.3 Constitución Política del Perú

La Constitución Política del Perú establece que las personas son el bien supremo social y las privilegia con derechos fundamentales como el de gozar de un ambiente adecuado y equilibrado para su desarrollo. Por ello, en los artículos 66° al 69° contempla que el gobierno debe establecer la Política Nacional del Ambiente y tiene la obligación de preservar y promover las áreas naturales

protegidas, su biodiversidad y mantener un desarrollo sostenible a nivel nacional; asimismo, establece los recursos naturales como patrimonio de la Nación.

1.5. Definición de Términos Básicos

Actividad turística. – son las acciones llevadas a cabo para impulsar el crecimiento de económico cubriendo las necesidades del turismo nacional (Medina, 2013)

Calidad de vida de las personas. – hace referencia a una vida saludable, que se estima a largo plazo, cubriendo sus necesidades de contar con un ambiente y recursos naturales, en concordancia con los derechos fundamentales de la persona. (MINAM, 2010)

Calidad Turística. – los servicios turísticos que se otorgan deben orientarse a la satisfacción del cliente, superando sus expectativas, ofreciendo los recursos disponibles y posibilitando los otros. (ICTE, 2018)

Código de ética Mundial del Turismo. - Es un marco de referencia para el turismo sostenible y resalta la protección de los recursos culturales y naturales de las comunidades, enfatiza los beneficios del turismo.

Desarrollo Sostenible. – Se basa la sostenibilidad de los recursos medioambientales, socioeconómicos y sociales, orientados a la actividad turística.

El turismo. - es una actividad dedicada a cubrir, generar y promover destinos que son de acogida para los visitantes externos e internos, se ha convertido en

toda industria por su contribución económica para el desarrollo de un país (Pulido, 2012).

Norma Técnica Peruana. -Es un documento en el que se especifica la calidad de productos, procesos y servicios.

Políticas Públicas. – son las acciones que organiza el Estado por medio de las instituciones y organismos para mejorar o prevenir los problemas que atañen a los distintos sectores del país (Meny y Thoening, 2002).

Política turística. – son las regulaciones promulgadas con el fin de regular las actividades turísticas en torno a la satisfacción de los turistas internos y externos (Monfort, 2000).

Turismo sostenible. – busca que las actividades turísticas se conviertan en experiencias inolvidables, por cuanto vincula al cliente con la historia, cultura, tradición y biodiversidad del país (Arbaiza, 2013, 01 de julio)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño Metodológico

La investigación es de diseño no experimental, en este sentido se recoge información existente para analizar las evidencias empíricas, lo que permite responder a los objetivos formulados. Es de enfoque cualitativo, ya que se realiza un análisis de contenido de los aspectos propios de las categorías de la investigación.

El tipo de investigación es básica porque analiza información bibliográfica y contribuye con el conocimiento científico. Transversal porque esta investigación se ha llevado a cabo en un solo periodo de tiempo y de nivel: descriptivo y explicativo porque describe el fenómeno tal cual ocurre en la realidad y permite dar una explicación de este, el método de la investigación es inductiva por que nace de una realidad y se extiende a las otras.

Se ha realizado el análisis documental, la revisión de fuentes de información relacionada con las políticas turísticas y la calidad de servicio turístico, extrayendo información necesaria y desarrollar el marco teórico de la tesis.

Así mismo, se ha aplicado el método Delphi, que sirve para aproximarse de manera sucesiva y progresiva a los especialistas del sector público y privado que están directamente relacionados con el turismo en el Perú, con el objeto de conocer sus opiniones sobre los objetivos planteados en la investigación

2.2 Procedimiento de Muestreo

La muestra es de tipo no probabilística por tratarse de una investigación cualitativa quedando a criterio del investigador debido a que los especialistas tienen una amplia experiencia en temas relativos a las políticas públicas que se aplican durante los últimos gobiernos.

Las entrevistas se realizaron a especialistas en el área del Turismo, Funcionarios Públicos y tres ejecutivos de agencias de viajes.

1. Ejecutivo de la agencia Latino Travel - agencia de viajes con reconocimiento SABP - CULTUR
2. Funcionario - Ministerio de comercio exterior y turismo- MINCETUR
3. Ejecutivo de la Agencia de Viajes Coral Travel
4. Ejecutivo de la agencia Ecorutas -Tarapoto– Agencia de Viajes con reconocimiento SABP - CULTUR
5. Especialista del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - CULTUR-CENFOTUR; entidad adscrita al MINCETUR

En cuanto a los nombres de los entrevistados se encuentran en reserva, por petición expresa de los mismos entrevistados.

2.3 Técnicas de recolección de datos

2.3.1 Técnicas de recolección de la información

El estudio es cualitativo, por este motivo se usó la técnica de la entrevista y se hizo el análisis de contenidos de la información obtenida acerca de la herramienta SABP. Además, se hizo la revisión documental.

2.3.2 Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento se utilizó la entrevista estructurada, llevada a cabo a personas con experiencia en el campo de desarrollo en las agencias de viaje, para tener una aproximación del estado de la calidad de servicio que se trabaja en cada una y su opinión respecto a las mejoras que deben hacerse. En este sentido Hernández, et al. (2014) dice que “En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (p. 403).

2.3.2.1 Ficha técnica de la entrevista estructurada:

Las entrevistas emplearon un guión de acuerdo con las temáticas relacionadas a las categorías y subcategorías de la investigación. Las preguntas incluidas fueron las siguientes:

1. Opinión acerca de las políticas públicas aplicadas al turismo.
2. Evolución de las políticas públicas con relación al desempeño del Estado para controlar la calidad de servicio en la Agencia de Viaje.
3. Tendencias actuales del sector turismo.
4. Normativas que contribuyen con la calidad de servicio.

5. Normativas que han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector turismo durante el periodo 2017 - 2018.
6. Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería?
7. La opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las Agencias de Viajes en Perú.
8. Acerca del impacto económico del turismo en el Perú.
9. La política pública que sugeriría para mejorar la calidad de servicios en las agencias de viajes del país.
10. La protección al consumidor al consumidor brindada por INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viajes.
11. Acerca de obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas – CALTUR en referencia a la calidad de servicios que brindan.
12. La labor de CENFOTUR en promover la calidad en las empresas turísticas.
13. La situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo.
14. El efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes.
15. El impacto de los usuarios en referencia a la mejora de los servicios en las agencias de viajes.
16. El rol del Estado como actor de control de la calidad de servicios en las Agencias de Viajes.
17. La labor desempeñada por MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo.

2.4 Aspectos éticos

La presente investigación ha seguido las normas ético-morales y legales, cuidando el cumplimiento de la norma científica, el derecho, la libertad y el bienestar de las personas participantes en la elaboración de las entrevistas. Además, se ha respetado el derecho de autor de cada antecedente e información en apoyo de esta investigación.

Se coordinó directamente con cada entrevistado para realizar la entrevista a profundidad, siendo esta de manera voluntaria. Se ha preservado la identidad por tratarse de datos confidenciales y solo han sido utilizados para el propósito de la investigación.

Es de entender que, por el tipo de preguntas y temas, los entrevistados han preferido el anonimato para evitar problemas en su entorno laboral.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1 Descripción de las entrevistas

Se realizaron cinco entrevistas en profundidad a diferentes actores turísticos por el tipo de información y la experiencia que tienen en el sector. Las entrevistas fueron realizadas para entidades públicas y empresas privadas respectivamente.

Se ha respetado la confidencialidad solicitada por los entrevistados en el sector público como privado:

- I. Entrevista (anónima) Agencia Latino Travel – AAVV SABP
- II. Entrevista (anónima) a un representante de MINCETUR
- III. Entrevista (anónima) Agencias de Viajes Coral Travel.
- IV. Entrevista (anónima) Agencia ECORUTAS Tarapoto AAVV SABP
- V. Entrevista (anónima) especialista del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - CALTUR- CENFOTUR; entidad adscrita al MINCETUR

3.2 Resultados cualitativos de las entrevistas estructuradas

1. Opinión acerca de políticas públicas en cuanto al turismo

- i. Manifiesta cierto descontento por la necesidad de propuestas que beneficien al sector.
- ii. Se observa no sólo el conocimiento de la aplicación de las políticas públicas en el sector turismo, sus funciones y normativas en relación con los servicios de las agencias de viajes, así como el
- iii. propósito principal del Estado en promover la formalización de servicios.
- iv. Se enfatiza en la importancia de las políticas públicas y que en el sector turismo funciona y se establecen tiempos de realización y cumplimiento. Toman en cuenta el deseo de lograr realizar la visión turística del país para beneficio de todos.
- v. En este caso, se considera que las políticas públicas no son lo suficientemente fuertes o dirigidas como para lograr una mejora significativa. Es necesario una promoción más agresiva y normas sector maneja una renovada normatividad enfocada en el cuidado y en el relanzamiento de productos para el mercado nacional e internacional. Es necesario involucrar más a los gremios para su opinión y mejoras. marcadas que protejan los recursos; sin embargo, hay que reconocer que ha habido mejoras en cuanto a normas y reglamentación sobre la protección de recursos en general y sobre servicios. Es una necesidad que el Estado ha visto a bien implementar para estar a la par con otros países.
- vi. Menciona que tenemos como parte de una política pública un PENTUR con pilares estratégicos, pero cuando se ejecuta en el campo laboral la realidad tiende a condicionar la implementación de las políticas o reglamentos. Refiere que dicha realidad la conforma el talento humano y que es difícil formalizar y concientizar cuando ven en la informalidad un medio de vender y poder llevar un sustento para su día a día.

2. Respecto a la evolución de las políticas públicas con relación a la labor desempeñada por el Estado para el control de la calidad de servicio en Agencia de Viajes

- i. Esto indica que a pesar de existir un sistema para medir la calidad existen varios vacíos en cuanto a la reglamentación o aplicación.
- ii. Se indica que, ha habido una mejora y que sus modelos exitosos correspondientes a países de Europa y Latinoamérica que enfocan su desarrollo económico a través del mantenimiento y mejora de la calidad de servicios turísticos; por lo que el Estado ha apostado a destinar presupuesto en mejora de la gestión del servicio turístico.
- iii. Gracias a los continuos cambios y medidas de mejora continua, se ha venido actualizando el proceso y comparándolo con otros países. Los logros pueden ser adjudicados al sector privado por su apuesta por la mejora de la calidad de servicios.
- iv. Las normativas se actualizaron y es así como el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas ha tenido modificaciones.
- v. El mercado turístico evoluciona muy rápido mientras que la normatividad va en un ritmo lento es decir no acorde con las implicancias que se requiere en un determinado tiempo.

3. Las tendencias actuales en calidad de servicio del turismo en el país:

- i. Esto indica que la informalidad existente en el mercado no sólo perjudica a las empresas formales, sino que perjudica la intención de elevar la calidad en los servicios de agencias de viaje.
- ii. Se menciona las actividades y proyectos desarrollados por el ministerio para el mejoramiento de la calidad en servicios turísticos como buenas prácticas ambientales. Estas políticas son puestas en marcha con apoyo de las entidades adscritas tomando modelos europeos y latinoamericanos que sirven de referentes.

- iii. Se observa la participación y compromiso del empresario nacional quienes son responsables del logro de la mejora continua para calificar al reconocimiento de calidad otorgada por el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas. Sin su apoyo y participación, los cambios serían poco notorios.
 - iv. La calidad aplicada al turismo interno se relaciona con dos factores: calidad/precio.
 - v. En esta situación se analiza la posibilidad del impacto en cuanto a las inversiones y su relación con los servicios y la formalización de las empresas prestadoras de los mismos permitiendo un crecimiento gradual en cuanto a empresas seguras dispuestas a brindar servicios de calidad y el disfrute de experiencias sostenibles con el compromiso de mejora continua.
4. Acerca de las normativas que contribuyen con la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes en el país
- i. Se puede entender que no puede lograrse una mejora si no se perfeccionan las normas existentes, ya que permiten dar libertad a la informalidad.
 - ii. Queda claro que las normas elaboradas no contribuirán con la calidad de servicio si no hay el interés de aplicarlas por parte de los empresarios.
 - iii. Se puede entender que, no sólo basta con crear las normativas para las empresas del sector, estas deben darse a conocer y deben ir de acuerdo con las necesidades del medio turístico, por eso la necesidad de su contribución en la elaboración de normas que vayan de acuerdo con la realidad y la participación de las empresas vinculadas a la actividad ayudaría al cumplimiento de estas.
 - iv. En este caso, acotó que falta ser más estrictos en establecer normas que controlen la informalidad.
 - v. En el reglamento de Agencia de Viajes se señala los requisitos "mínimos" para operar. Se deja en claro la necesidad de darle más énfasis a la preparación de profesionales para la atención y que estos puedan interactuar con los turistas

brindando un servicio de calidad, así como una fiscalización más firme en el sector para el mejoramiento del nivel de calidad en toda actividad vinculada a las agencias de viajes y a los servicios que estas ofrecen.

5. Normativas que han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector turismo durante el periodo 2017 – 2018

- i. Se observa que reconoce al sistema de aplicación de buenas prácticas como el sistema que rige al sector en busca del mejoramiento de la calidad en los servicios.
- ii. Mencione que no conoce alguna normativa que haya tenido éxito.
- iii. Se evidencia una desarticulación en cuanto a la creación de normas y su aplicación que no beneficia al sector por no estar vinculada en el proceso. Pueden existir las mejores intenciones en cuanto a la creación de principios o criterios de aplicación, pero si estas no pertenecen a la necesidad del medio no son compatibles en el desarrollo o aplicación.
- iv. Concretamente señala que no existen. La aplicación del Sistema de Buenas Prácticas en empresas del medio puede mejorarse.
- v. Menciona que pensaría en normas que han tenido repercusión, que se puedan aplicar en el turismo de aventura para evitar accidentes. Las agencias de viajes que operan este tipo de turismo están mejorando sus normativas para ello deben aplicar normas técnicas para las diferentes modalidades reconocidas con las que cuentan.

6. Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería?

- i. Se observa un descontento y preocupación por la manera como se realiza el otorgamiento de las licencias de funcionamiento, lo que puede deberse a un desconocimiento del sector.
- ii. Se observa que ante las nuevas normativas las agencias de viajes formales sienten un mayor apoyo por parte del Estado al asumir la tarea de monitorear o supervisar

el cumplimiento de servicios o reglamentos a nivel nacional, formales o no para el beneficio del cliente. No se permitirá el incumplimiento de los servicios ofrecidos y se sancionará a la falta de compromiso de los prestadores de servicio. El empresario formal considera que la presencia del Estado es muy importante en la actividad del sector, beneficiando así a la formalidad y al turista.

- iii. Se pone énfasis en que las normativas se convertirán en exitosas si están relacionadas a estrategias que tengan como objetivo principal identificar cuál es la visión de país turístico y esta tarea le compete al líder del sector.
- iv. Menciona que en el reglamento de Agencias de Viajes se debe mejorar los requisitos para la contratación del personal, es necesario que los colaboradores estudien la carrera y las universidades deben cumplir con implementar y actualizar su malla curricular para que los egresados no tengan problemas cuando empiecen a trabajar en una agencia de viajes.
- v. El Reglamento de Agencia de Viajes debe considerar a las OTAs o Agencias que trabajen bajo la modalidad de comercio electrónico. También menciona que se deben establecer sanciones para las empresas que no cumplen con las disposiciones establecidas.

7. La opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las agencias de viajes en Perú

- i. Lo que indica no sólo el descontento sino la mirada hacia una realidad con problemas latentes como la informalidad en el sector y el poco control que existe para estas empresas. Es necesario cambiar el concepto en las empresas prestadoras de servicios turísticos por ser el primer contacto del turista con el país.
- ii. Las Agencias de Viajes prestaban servicios sin existir sanciones, pero ahora hay escalas de sanciones por incumplir con la aplicación de la norma.

- iii. Se puede apreciar que existe un sinceramiento en cuanto a la debilidad del servicio que en este caso se plantea como sujeto a las necesidades y criterios de las empresas privadas del sector y no en el de brindar un servicio de calidad por vocación.
- iv. Se hace sugerencia de crear formas de combatir la informalidad para el éxito de campañas promocionales destinadas a la mejora o lanzamiento de productos a nuevos mercados. Es necesario reconocer el potencial de cada destino para orientar el marketing mix correctamente.
- v. En este caso se analiza la posibilidad del impacto en cuanto a las inversiones y su relación con los servicios y la formalización de las empresas prestadoras de los mismos permitiendo un crecimiento gradual en cuanto a empresas seguras dispuestas a brindar servicios de calidad.

8. Acerca del impacto económico del turismo en el Perú

- i. Se puede entender que podría obtenerse una mejora económica si se realizara más control y orden ya que hay bastante que ofrecer, pero no hay un orden.
- ii. A pesar de que no hay información exacta de los beneficios económicos que brinda el turismo se puede evidenciar que genera gran cantidad de trabajo y la inversión pública y privada es considerada para mejorar la infraestructura y de esta manera se continúe mejorando las cifras del PBI de nuestro país.
- iii. Es necesario recalcar la necesidad de mantener el nivel de calidad de servicios pues es la carta de presentación del país en cuanto a turismo y representa un aporte importante en la economía nacional; la cual se ha visto incrementada por los productos y atractivos ofrecidos en el mercado internacional.
- iv. Existe crecimiento que está relacionado con la aplicación de las políticas públicas las cuales deben aportar a formalizar a todas las empresas del sector turístico.

- v. El PBI y otros indicadores turísticos muestran resultados positivos en relación con el turismo. Los prestadores de servicios turísticos deben comprometerse con la formalización de la aplicación de buenas prácticas porque a través de esta herramienta se implementa en sus negocios un registro de manera obligatoria, el cual permite mostrar y medir la información de sus ventas.
9. La política pública que sugeriría para mejorar la calidad de Servicios en las agencias de viajes del país
- i. Se debe enfocar a la creación de una política pública que se enfoque en la aplicación de buenas prácticas de gestión.
 - ii. Se observa que el entrevistado considera necesaria la participación y compromiso del sector privado para el mejoramiento de la calidad de servicios del sector, en especial de agencias de viajes. Cabe señalar que dentro de las necesidades se ve la posibilidad y necesidad de continuar con los gremios y asociaciones que dan reconocimiento a las empresas formales del sector y contribuye a su desarrollo de manera uniforme.
 - iii. Es necesario que tanto los gremios como el Estado concreten políticas públicas en conjunto de acuerdo con el mercado y necesidad país, así como definir la visión turística a la que se desee llegar a mediano plazo como un modelo nacional que sea seguido por el sector para el crecimiento empresarial privado y el éxito de las políticas públicas del sector.
 - iv. Enfatiza que el modelo aplicado de calidad basado en la aplicación del Sistema de Buenas Prácticas es bueno, le falta contrarrestar el tema de la informalidad.
 - v. Se deja en claro la necesidad de darle más énfasis a la preparación de profesionales para la atención y que estos puedan interactuar con los turistas brindando un servicio de calidad, así como una fiscalización más firme en el sector

para el mejoramiento del nivel de calidad en toda actividad vinculada a las agencias de viajes y a los servicios que estas ofrecen.

10. La protección al consumidor brindada por INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viaje

- i. Lo que indica que la empresa privada nota una mejora gracias al código de protección al consumidor por parte del Estado. Se observa que, a pesar de las falencias existe un control hacia las agencias de viaje el que se ve repercutir en su accionar gracias a las políticas públicas.
- ii. Se observa que se ve con buenos ojos la implementación de normativas en beneficio y protección del consumidor a nivel nacional; esto ha permitido una mejora y cuidado en los servicios que se brindan. Se toma como referencia la labor de INDECOPI que ha favorecido al respeto de los visitantes y éste a su vez, tiene la tranquilidad que podrá recibir apoyo en caso haya sufrido algún maltrato o abuso por parte de las prestadoras de servicio. Son iniciativas que permiten el avance y cambio en un país.
- iii. No existe repercusión. La calidad no tiene que ser impuesta debe ser entendida como una manera de vida y propósito.
- iv. En este caso se considera positivo el hecho de que una normativa como la de INDECOPI permita defender al consumidor de abusos en cuanto a malos servicios por parte de empresas que incumplan con lo ofrecido o abusen de cualquier manera del consumidor.
- v. Se considera necesaria la medida de INDECOPI a través de la promulgación del decreto supremo en defensa del consumidor, pero esto sólo previene casos nuevos, pero no mejora la calidad de los servicios. Debe mejorarse los niveles de calidad para evitar quejas o reclamos por parte de los turistas.

11. Acerca de obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - CALTUR en referencia a la calidad del servicio que brindan

- i. Las Agencias de Viajes muestran influencia positiva al obtener el reconocimiento y deben aplicar protocolos establecidos permanentemente.
- ii. Algunas empresas del sector muestran confusión entre el significado de reconocimiento y acreditación, se pone énfasis en la influencia positiva que tiene el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en las empresas, que a través de esta normativa están obligadas a cumplir con una serie de normas técnicas propias de los estándares de calidad a las que se apunta.
- iii. Se observa poca empatía por las formalidades del Estado para establecer medidas de medición o mejora continua en cuanto a calidad de servicios. La idea del reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas es considerada para el entrevistado como una estrategia de marketing más que de expresión de calidad. Es necesario crear confianza en las políticas públicas para la aplicación de estas dentro del sector.
- iv. Manifiesta que obtener el reconocimiento sólo le ha servido como un gesto de orgullo y si se habla de mejorar la calidad para él como empresario se debe ver reflejado en un beneficio económico por la venta de los servicios turísticos y en su caso en particular no ha obtenido el resultado esperado.
- v. Lo que se puede observar es que la implementación del sistema y la obtención del reconocimiento a las buenas prácticas beneficia a las agencias de viajes no sólo por la correcta prestación de los servicios con calidad, también muestran otros atributos como crecimiento, innovación, la creación de negocios sostenibles y competitivos.

12. La labor de CENFOTUR en promover la calidad en las empresas turísticas

- i. Lo que indica que, considera valiosa la labor de CENFOTUR, que está a cargo de la supervisión y cumplimiento de normas técnicas para un seguimiento en la mejora continua.
- ii. Se observa que existe una relación entre el mejoramiento de las herramientas con las que el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas opera, con la representación de CENFOTUR a nivel nacional. Queda claro que ejerce un compromiso de mejora a través de asesorías, monitoreo y evaluaciones periódicas para garantizar el cumplimiento de estándares.
- iii. Se conoce que CENFOTUR es una entidad formadora de los recursos humanos en Turismo.
- iv. Reconoce que CENFOTUR brinda capacitación para aplicar herramientas de calidad y procesos de mejora continua.
- v. Se establece la importancia del Centro de Formación en Turismo como organismo técnico que adecua y forma los perfiles ocupacionales, así como las competencias laborales para un mejor entendimiento de la calidad en el servicio por parte de personas conocedoras en turismo para atender y servir con calidad a todo cliente sea turista nacional o extranjero. Se crea profesional para atención de servicio de calidad.

13. La situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo

- i. Opina que la calidad no es buena debido a que las políticas que se implementan no se mantienen y se cambian cuando ingresa un nuevo gobierno.
- ii. En el sector Turismo no existe una cultura de calidad, el grupo de empresas que aplican herramientas de calidad es muy reducido.

- iii. Calificada de mala la calidad del sector Turismo debido a que no hay compromiso por parte de los prestadores de servicios turísticos formales y existe gran cantidad de informales.
- iv. Reconoce a la prestación de los servicios como la más importante dentro de la cadena del turismo y refiere que hay prestadores de estos servicios que evaden las leyes perjudicando al sector.
- v. De acuerdo con este punto señala que hablar de calidad es amplio, así como los actores que están involucrados en el sector turismo. Describe cómo se brindan algunos servicios turísticos como por ejemplo la excursión a Machu Picchu aclarando que no se trata de un tema generalizado, pero menciona la falta de calidad en algunos servicios.

14. El efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes

- i. Lo que indica que existe una influencia en cuanto a las medidas y normas establecidas por el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas ya que manejan y uniformizan los estándares de calidad aplicados en las agencias de viajes pertenecientes a este sistema, lo que no ocurre con las informales y las que se encuentran fuera del sistema del reconocimiento.
- ii. Se entiende que la aplicación de estas buenas prácticas implementa procesos que repercuten en la adecuada gestión de las agencias de viajes.
- iii. Cuando de verdad hay compromiso por parte de los empresarios en realizar la mejora continua de la calidad de los servicios el efecto sería bueno.
- iv. Algunos empresarios se mostraban al inicio un poco herméticos en la implementación de los procesos y en las capacitaciones.
- v. En este punto al hablar de buenas prácticas debemos mencionar al Plan Nacional de Calidad Turística. Su herramienta de Aplicación de las Buenas Prácticas ha

generado la creación de círculos o grupos de agencias de viajes que se encuentran en este proceso.

15. El impacto de los usuarios en referencia a la mejora de los servicios en las agencias de viaje

- i. Se observa que hay una reacción positiva por parte de los usuarios de las agencias de viajes, ya que notan el cambio y las mejoras en cuanto al servicio y productos. Existe un reconocimiento por parte de los clientes ante la intención de ofrecer mejores productos y esmerarse en la atención brindada. Es bien recibido por las empresas privadas el reconocimiento por parte del Estado a las empresas que realizan un buen trabajo.
- ii. Menciona que no hay un estudio que mida el impacto de los usuarios con respecto a la mejora de los servicios.
- iii. Queda claro que los prestadores de servicios deben velar por la satisfacción total del turista o de resolver los problemas de conflicto que generen alguna actividad o situación para la mejora continua del servicio.
- iv. Menciona que el impacto es bueno y han tenido un incremento de clientes.
- v. De acuerdo con este punto se puede observar que toda motivación por parte del Estado para una mejora puede lograr un impacto positivo en los usuarios y también replica en los colaboradores de las agencias de viajes, permitiendo que se desarrollen y que incrementen las mejoras no sólo en el plano del talento humano sino de implementación de tecnología para alcanzar las metas propuestas repercutiendo en una buena imagen de calidad de servicio en los usuarios.

16. El rol del Estado en el control de calidad de servicios en las agencias de viaje

- i. En este caso es INDECOPI quien controla calidad de los servicios y debe trabajar de manera conjunta con MINCETUR.

- ii. Queda establecido que el Estado no sólo crea las normativas para el buen funcionamiento de las actividades con criterio y buena atención, sino que, establece mecanismos de protección al consumidor y atención de quejas y reclamos para proteger al cliente y el nivel de calidad de la atención.
- iii. El rol del Estado debe ser el facilitador para el desarrollo del turismo al formular la visión compartida con todos de la modalidad de turismo que desea el país ser el líder indiscutible. Fijado el norte al cual queremos llegar tendría que dar las normativas y asignar los recursos económicos indispensables para hacerlo realidad.
- iv. El Estado debe fomentar la aplicación de herramientas que mejoren la calidad de los servicios. Herramientas como por ejemplo el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas se deben aplicar en todas las empresas del sector.
- v. Manifiesta sobre la asignación de sanciones ante el incumplimiento de las disposiciones en cuanto al servicio brindado en las agencias de viaje. El Estado como ente rector a través de los órganos competentes supervisa y garantiza la aplicación de sanciones; sin embargo, no se cuenta con escalas para estos casos por lo que se hace lento el trabajo y mejora.

17. La labor desempeñada por el MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo

- i. MINCETUR cumple con implementar el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas para las agencias de viajes, para que se note los resultados de esta herramienta se debe establecer de manera obligatoria a nivel nacional.
- ii. Para trabajar en la mejorar de la calidad de los servicios MINCETUR realiza la propuesta del Plan Nacional de Calidad Turística y hace énfasis en el ámbito de servicios turísticos y promueve la cultura de calidad y la implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas del sector turismo, identificando a los

prestadores de servicios turísticos que participan de esta herramienta. Para las agencias de viajes se ha elaborado una cartilla adicional para el servicio de avistamiento de aves y trekking

- iii. Refiere que ha sido pertinente la aplicación del Sistema de Buenas Prácticas y tiene la tarea de supervisar y controlar la continuidad y cumplimiento de esta herramienta
- iv. Menciona que la labor desempeñada es pobre porque no se cuenta con voluntad política para lograr posicionar al Turismo como la principal actividad de desarrollo económico del país.
- v. Queda demostrado que la labor del MINCETUR es asegurar el cumplimiento y mejora continua de las normativas especificadas como estándares de calidad para empresas prestadoras de servicios y está en su obligación sancionar a las empresas que no cumplan con lo indicado por reglamento.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

De acuerdo con los elementos evaluados sobre políticas públicas del sector Turismo referidas a la calidad de servicios de las Agencias de Viaje en Perú mediante el uso del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en el periodo 2017-2018 se expone que la normatividad existente no ha sido mejorada y el seguimiento que se realiza es poco. La no existencia de mejoras en la supervisión y control de las agencias de viaje limita a las agencias formales que se ven en desventaja con las informales que no cuentan con niveles de calidad y no son controladas por la entidad pública superior a cargo de este.

El análisis realizado a las políticas establecidas para el sector turístico a través del SABP en el Perú permite asegurar que aún hay bastante por trabajar en este aspecto, debido que aún está en un proceso de adecuación ya que en la década anterior Fuller (2009) resalta que es insuficiente y que si se promulgaran lo que haría es abrir más posibilidades de desarrollo, sobre todo en las zonas de gran riqueza cultural y natural, pero con pobreza económica. Esta última década, el Estado le dio la importancia y creó normas de protección a los empresarios del sector y a la población en general, de manera que las políticas públicas influyeron en la creación de varias empresas turísticas.

Teniendo en cuenta los avances tecnológicos, así como la infraestructura turística a nivel mundial, que han generado un sinnúmero de posibilidades de acuerdo a las tendencias actuales para mercados emergentes y los clásicos en relación al destino turístico y la calidad de servicio que brinda cada país definido en los establecimientos que ofrecen y venden los productos turísticos; el Perú ha logrado redefinirse en el mercado extranjero no sólo como uno de los mejores destinos sino, como uno de los países conscientes de la importancia del desarrollo de políticas públicas lo suficientemente sólidas que permitan el manejo estándar en cuanto a la calidad de servicio en turismo en el periodo 2017 al 2018 logrando un crecimiento significativo y en constante mejora.

Las empresas informales han logrado diversificar sus servicios, pero sin un control en cuanto a la calidad de lo que ofrecen, corriendo riesgo los usuarios de dichos servicios, al respecto Castellucci (2011) hace referencia que los servicios turísticos deben diferenciarse por la atención personalizada, mencionando la necesidad explícita de cada cliente, distinguiendo el servicio por su calidad.

La existencia de agencias de viajes formales que no se encuentran dentro del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas y que demuestran poco interés en pertenecer a la misma, no permiten el avance del sector y no son un apoyo para la lucha contra la informalidad.

La empresa privada reconoce los avances e intenciones del Estado a través de las políticas públicas referente a turismo que se han implementado, pero también reconoce que aún falta bastante por hacer y manejar. Las empresas informales impiden el normal funcionamiento de la actividad turística poniendo en riesgo a los turistas que toman sus servicios. A pesar de esto se puede decir que en el periodo

2017 al 2018 las agencias de viajes formales reconocidas o no en el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas han significado un ingreso medianamente significativo; es difícil en este caso medir a las agencias informales que, aunque en algunos casos estén identificadas a través de sus municipios no se conoce sus ingresos.

De la misma manera, si la agencia de viajes solventa sus inversiones en pro de la mejora de los servicios esto beneficiará no sólo al turista sino directamente a la agencia de viajes que decide invertir para su mejora e independencia evitando tercerizar servicios. En este sentido Manrique (2000) citado en Fuller (2009), refiere que existe la necesidad que el Estado se involucre en la promoción del turismo mediante campañas que promuevan la cultura peruana "... las culturas vivas, la ecología, las expresiones artísticas regionales y la gastronomía". (p. 127).

Las Agencias de Viajes ahora buscan sus proveedores, negocian tarifas, establecen sus estándares de calidad tomando en consideración las buenas prácticas que apuntan a la gestión del servicio, pero también tiene incidencia en la Gestión administrativa. Cabe mencionar que no solamente se trata del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, sino otras que las empresas mismas han identificado y comprobado que les aporta.

Como empresas privadas se han organizado y creado gremios que participan de la problemática del sector para ser enfrentados como asociación y dejar en claro su posición ante los organismos públicos representados por el MINCETUR a través del SABP como meta a cumplir en mejora continua. A su vez, han creado una sola voz, para hacer saber sus necesidades, inquietudes, debilidades, es decir, su

realidad para que de ésta tengan conocimiento las autoridades reguladoras del sector.

Las políticas públicas deberán ser actualizadas y monitoreadas para su cumplimiento, buscando la adecuación a la norma, llenando vacíos procedimentales que impiden un control más exacto y completo.

Los Municipios de cada distrito deben tener en cuenta los lineamientos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento de las Agencias de Viajes que soliciten el permiso en su distrito ante una necesidad de uniformidad en la calidad y buen servicio, relacionada no sólo a la atención sino al producto que se ofrece.

No se trata de mejorar o simplificar algún proceso, sino de difundirlo para conocimiento y aplicación de los empresarios del sector. En varias localidades las empresas desconocen que existen estas normativas, o por falta de personal técnico en regiones que conozca el proceso de aplicación de estas.

Realmente no es fácil señalar o calificar la situación actual de la calidad en el sector turismo de una sola manera. Hay que evaluarla desde todas perspectivas, e indagar sobre las causas que hacen que la percepción de calidad no sea una sola: excelente o buena (si no son tan exigentes), coherente con lo que uno paga, con las declaraciones o reconocimientos que tenga la empresa o el atractivo, pensada en satisfacer las necesidades y perfil de los turistas, entre otros.

Por ello, también es necesario formalizar y capacitar a aquel personal de contacto que ya forma parte del día a día de las operaciones turísticas, a los que lo hacen muy bien, y también a los que lo hacen no tan bien pero que tienen el

potencial y hasta voluntad para hacerlo, independientemente a que si se dediquen al turismo full time, *part time* o cuando les conviene porque realizan otros trabajos o negocios aparte.

El Ministerio de Economía y Finanzas (s/f.) brinda las pautas que orientan el desarrollo de la economía peruana, teniendo en cuenta todos los factores y fundamentos que así lo permiten, dando importancia a la capacitación para generar las condiciones para una mejor aplicación de la política. Es así como, se está dando énfasis al desarrollo de competencias blandas, así como técnicas que se desarrollan en el campo, pero a veces por estar en el campo no se dedica el tiempo para observar y desarrollar esas competencias que pueden tener sus bases, su aproximación, su análisis, su sensibilización mediante la capacitación.

Casi al finalizar esta investigación, el MINCETUR cambió el perfil de los facilitadores del SABP con la finalidad que su conocimiento y experiencia profesional permitan una mejor aplicación de las normas técnicas, exigiendo no sólo experiencia como facilitadores sino el grado de magíster, conocimiento y estudios en medio ambiente, así como estudios en normas ISO.

Se creó el SABP como un proceso de mejora en las buenas prácticas de los prestadores de servicios turísticos para incrementar la percepción de calidad de los usuarios y clientes, y como un reconocimiento, aunque como se mencionó, es un proceso voluntario para las empresas. En caso de incumplir con alguna buena práctica, la empresa no recibe el reconocimiento por primera vez y si ya lo obtuvo no se le renueva. Es un reconocimiento, más no una certificación, por lo que el MINCETUR no es una certificadora, y dentro de sus competencias tampoco se

señala que se dedique o especialice en definir estándares de calidad y tampoco establecer procesos de control de calidad.

También se está cambiando el modelo formativo del talento humano, sabiendo que hay una brecha entre la oferta y la demanda laboral, según los mandos: ejecutivo, medios y operativo.

CONCLUSIONES

Los prestadores de servicios turísticos refieren que hay necesidad de políticas públicas para velar por la calidad de las empresas turísticas. Se ha evidenciado que los cambios gubernamentales afectan la estabilidad del país. Se acepta que se ha logrado avanzar en cuanto a la mejora de calidad de servicios a través de la capacitación continua y a la Aplicación del Sistema de Buenas Prácticas en Agencias de Viajes y se hace énfasis en que se debe erradicar la informalidad existente en el sector. Sin embargo, se han encontrado algunas empresas que desconocen la labor del MINCETUR en cuanto a la aplicación del SABP, lo que impide el avance y participación de dichas empresas.

En el proceso de implementación de la herramienta del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas que mide la calidad de gestión del servicio turístico brindado por las Agencias de Viajes, con la participación de los facilitadores, se realiza el trabajo de campo en tres fases: Capacitación, asistencia técnica y evaluación, se observa que la fase de monitoreo no existe. Recién a partir del 2018 MINCETUR otorga tres niveles: bronce, plata y oro; en los dos primeros niveles el reconocimiento tiene vigencia de doce meses, y en el nivel oro la vigencia es indefinida debido a la complejidad que requiere.

En cuanto al impacto de la aplicación del SABP ha sido positivo y las Agencias de Viajes le dan la importancia al reconocimiento obtenido. Se considera como una recompensa al logro de levantar observaciones y al compromiso de la empresa por ser cada vez mejor. Permite mostrar a sus clientes ser reconocidos por MINCETUR como una de las mejores empresas en cuanto a calidad de servicio se refiere. Se

puede afirmar que la aplicación del SABP influye en la confianza de las agencias de viajes formales y se comprometen más con la calidad de servicio.

Las Agencias de viajes que tienen el reconocimiento del SABP han visto mejorías en la calidad de gestión, han implementado las recomendaciones y han ejecutado acciones para hallar la eficacia en sus procesos internos, pero, existe la necesidad de continuar con un monitoreo constante. El incremento en la demanda se considera como parte de la mejora continua que realizan las empresas mediante la herramienta del MINCETUR.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al MINCETUR que promueva investigaciones con el fin de mejorar las políticas públicas en torno a la calidad del servicio turístico y que las Agencias de Viajes trabajen de manera articulada con el Estado para garantizar el desarrollo de la aplicación del SABP. Asimismo, se recomienda mejorar el Reglamento de Agencia de Viajes y ser más estrictos en la creación y aplicación de las normativas.

Los facilitadores deben continuar recibiendo por parte de CENFOTUR información actualizada y que sea de utilidad para reforzar el trabajo del SABP, y deben buscar más estrategias para compartir su experticia con las empresas que tienen que asesorar y evaluar. Las agencias de viajes deben trabajar los procesos de calidad para que aseguren el bienestar de los usuarios, es por ello que se manifiesta la necesidad de la continuidad de la fase de monitoreo dentro del SABP para lograr un mayor compromiso y control de los servicios que se ofrecen, asegurando la mejora continua en las agencias de viajes.

Las Agencias de Viajes deben acondicionar la aplicación de esta herramienta a la tecnología, debido a que esta cambia constantemente se tiene que sistematizar los procesos del SABP puede ser a través de una plataforma *on line* y que sea accesible con conexión a internet, de esta manera se ahorra tiempo y dinero.

Existen empresas que no se encuentran insertadas en el SABP algunas de ellas no están formalizadas, se sugiere que MINCETUR continúe con la implementación y motive a todas las empresas para que participen en los

programas de calidad de servicio que brinda el estado de manera gratuita. El SABP puede dejar de funcionar debido a que no existe continuidad de políticas públicas cuando hay cambio de gobierno o por falta de presupuesto, por tal motivo los gobiernos locales que reciben el canon minero deberían destinar un presupuesto para su región e invertirlos en la continuidad de esta herramienta e implementar otras que coadyuven al desarrollo de la calidad turística.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alfaro, S. (2005). *Estado del arte del patrimonio inmaterial en el Perú*. Lima: Comisión Nacional Peruana de Cooperación con la UNESCO.
- Alonso, M., Barcos, L. & Martín, J. I. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid, España: Síntesis.
- Arbaiza, L. (2013, 01 de julio). *La importancia de crear estrategias para el turismo sostenible en el Perú*. ConexiónESAN. Perú. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/07/01/importancia-estrategias-turismo-sostenible-peru/>
- Arcoraci, E. (2009). *Economía y políticas turísticas*. Universidad Tecnológica Nacional. Argentina. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2009/11/UNIDAD-8-.POLITICA-TURISTICA.pdf>
- Arias, E. A. (2020). Análisis del carácter científico del turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(2), 627-646. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7316518>
- Arriola, A. M. (2018). *La ruta del pisco y el turismo en la región Ica* (Tesis doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4528/arriola_mam.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bañon, R. (2003). *La evaluación de la acción y de las políticas públicas*. España: Díaz de Santo.
- Cantú, H. (1997). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGraw – Hill.
- Congreso de la República (1997, 30 de junio). *Ley de Áreas Naturales Protegidas Ley N° 26834*. Perú. Recuperado de: <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-26834.pdf>
- Crosby, P. (1995) *Hablemos de calidad*. Estados unidos: MC Graw Hill

- Díaz, R. S. (2019). *Propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor a través del turismo rural comunitario, 2019* (Tesis doctoral). Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/5160>
- Dinant, I. (2017). *La construcción de la alteridad a través de la política pública turística: el caso del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Capachica, Puno, Perú* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=151619>
- Dionísio, F.M. (2007). Una teoría dinámica del sistema turístico. Argentina. *Revista Académica del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación fisecestrategias*, 3(7), 15-64. Recuperado de: http://redmarka.net/ra/usr/9/492/fisec7_m3pp15_64.pdf
- Dirección General de Política de Inversiones del Ministerio de Economía y Finanzas (2011). *Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. Perú. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- El Peruano (2016, 11 de junio). *Reglamento de Seguridad para la prestación del servicio turístico de aventura*. Perú. Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-de-seguridad-para-la-prestacion-del-s-decreto-supremo-n-005-2016-mincetur-1391743-2/>
- El Peruano (2009, 18 de setiembre). *Ley N° 29408. Ley General del Turismo*. Congreso de la República. Perú. Recuperado de: <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29408.pdf>
- Esan (2016, 31 de marzo). *El servicio turístico: la marca, el diseño, las garantías y el servicio posventa*. Perú. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/03/servicio-turistico-la-marca-diseno-garantias-servicio-posventa/>

- Fong, C. (1998). La teoría de recursos y capacidades: un enfoque contemporáneo en la gestión empresarial. *Carta económica regional*, (61), 27-31. Recuperado de: <file:///C:/Users/Martha/Downloads/7497-Texto%20del%20art%C3%ADculo-23529-1-10-20181122.pdf>
- Fuller N. (2009). *Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo*. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.
- García, G. (2019). *La gobernanza turística en playas certificadas de uso recreativo. Caso: Ahome y Mazatlán, Sinaloa - México*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado de: https://uadeo.mx/posgrado/images/archivos/doc_ges_tur/TrabajosInvestigacion/Tesis_Gleini_Gallardo.pdf
- Gómez, J. F. (2017). *El turismo de naturaleza como oferta turística innovadora en el contexto del desarrollo sostenible en la región San Martín* (Tesis doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/2655/gomez_rj?sequence=1&isAllowed=y
- ICTE- Instituto Para la *Calidad Turística* Española (2018). *¿Qué es la Q de Calidad Turística?* Madrid, España. Recuperado de: http://www.calidadturistica.es/motor.php?id_pagina=menu/que_es
- Inhye, Oh. (2016). *Políticas Públicas para el Desarrollo del Turismo. El Caso de Cozumel, México*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma Metropolitana. México. Recuperado de: http://dcsh.izt.uam.mx/posgrados/mydes/economiasocial/wp-content/themes/economiasoc/les_doctorado_tesis/INHYE_OH_TESIS.pdf
- ISOTools Excellence (2015, 08 de mayo). *El proceso de certificación de las normas de calidad en México*. Perú. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2015/05/08/el-proceso-de-certificacion-de-las-normas-de-calidad-en-mexico/>
- Izaguirre, M. H. (2014). *Marketing del Servicio Turístico y Hotelero*. Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.

- Lahera, E. (2004). *Política y políticas públicas*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas CEPAL.
- Lucía Barcos, L., Alonso, M. & Martín, J. I. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid, España: Editorial Síntesis
- Lord, F. M. (1963). Modelos elementales para medir el cambio, in Harris, C.W. (Ed.), *Problemas en la medición del cambio*, de la Universidad de Wisconsin Press. *Revista Madison* 5(12) ,18.
- Medina, R. (2013). La ventaja competitiva como elemento fundamental de la estrategia y su relación con el sector servicios de la actividad turística. *Observatorio de la economía Latinoamericana* (191).
- Meny, I. & Thoenig, J. C. (1992). El marco conceptual. En Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya. *Planificación y evaluación de políticas de información. Documentos de lectura*. Recuperado de: https://rodas5.us.es/file/5724660e-5382-a34e-5d4d-5c3467e1bf83/2/subirats_y_jordana_scom.zip/files/subirats_y_jordana.pdf
- MINAM - Ministerio del Ambiente (2010). *Política nacional del ambiente*. Perú: Supergráfica. Recuperado de: <http://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/08/Pol%C3%ADtica-Nacional-del-Ambiente.pdf>
- MINCETUR – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020, 15 de mayo). *Reglamento Agencias de Viajes y Turismo. Decreto Supremo N° 005-2020-MINCETUR*. Diario El Peruano. Perú. Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/aprueban-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-005-2020-mincetur-1866352-4>
- MINCETUR – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). *Manual de Buenas Prácticas para Agencias de Viajes y Turismo*. Perú. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/04_mbp_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf

MINCETUR (2017). Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR 2017 – 2025. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf

MINCIT- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Grupo de Calidad, Seguridad y Cooperación Internacional del Viceministerio de Turismo*. Colombia. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/17007/certificacion_en_calidad_turistica

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015, 17 de setiembre). *MINCETUR: Política de desarrollo turístico en el Perú está en congruencia con los objetivos estratégicos de la OMT*. Perú. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-politica-de-desarrollo-turistico-en-el-peru-esta-en-congruencia-con-los-objetivos-estrategicos-de-la-omt/>

Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (s/f.). *Política Económica y Social*. Perú. Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/politica-economica-y-social-sp-2822>

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2000, 10 de mayo). Ley N° 27261 - Ley de Aeronáutica Civil. Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/mtc/normas-legales/395507-27261-ley-de-aeronautica-civil>

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2001, 09 de agosto). Aprueban Reglamento de la Ley de Aeronáutica Civil. Decreto Supremo N° 050-2001-MTC. Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/mtc/normas-legales/395507-27261-ley-de-aeronautica-civil>

Ministerio de Turismo y el Deporte. (2019). *Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)*. Presidencia de gobierno. Buenos aires, Argentina Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/turismo/sistema-argentino-de-calidad-turistica>

Miró Quesada, F. (2011). *Manual de Ciencia Política*. Perú: Ediciones Legales.

- Monfort, V. (2000). La política turística: una aproximación. *Cuadernos de Turismo* (6), 7-27. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39800601.pdf>
- Monfort, V. M. (2000). La política turística: Una aproximación. *Cuadernos de Turismo* 6(6), 7-27. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39800601.pdf>
- Moscoso, F. V. (2019). Reflexiones en torno a la construcción social del conocimiento turístico. Un acercamiento crítico epistemológico. *Cuaderno Virtual de Turismo*, 18(3). p.p. 224 – 238. Recuperado de: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/issue/viewFile/65/12?page=224>
- Nechar, M. C. (2018). Epistemología del Turismo. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 17(33). <http://coltlax.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/9/11>
- Organización Mundial del Turismo (s/f.). *Desarrollo sostenible del Turismo*. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Palomino, Y. (2014, 18 de marzo). *Informe de Investigación N° 44 /2013-2014. Políticas de transporte aéreo en el Perú: «Cielos Abiertos»*. Congreso de la República. Perú. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D230556F940A917F0525810F005F35FC/\\$FILE/291_INFINVES44_polit_transporte.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/D230556F940A917F0525810F005F35FC/$FILE/291_INFINVES44_polit_transporte.pdf)
- Panosso, A. (2008). *Filosofía del Turismo - Teoría y Epistemología*. México: Editorial Trillas
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL. Múltiples escalas y medición del consumo y percepción de servicios de calidad. *Journal of Marketing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1994). Nueva evaluación de las expectativas como un estándar de comparación para medir la calidad del servicio: Implicaciones para futuras investigaciones. *Journal of Marketing*. 58(25), 11-24.

PROFONAPE - Fondo de Promoción de las Áreas Naturales Protegidas del Perú (s/f). Asegurando el Futuro de las Áreas Protegidas del Perú Marco de Gestión Ambiental y Social PROFONAPE y SERNANP. Perú. Recuperado de: <http://www.profonanpe.org.pe/sites/default/files/2017-12/MGAS%20Final%20DIC07.pdf>

PromPerú. (2000). *Memoria Institucional 1996-2000*. Lima: PromPerú.

Pulido, J. I. (2012). *Política económica del turismo*. España. Ediciones pirámide.

Reyes, G., Vera, A. M., López, B., Chirinos, E. & Lugo, N. (2014). Políticas públicas para el fortalecimiento de la inversión turística en un destino emergente: Península de Paraguaná en Venezuela. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET*, 4(3), 81-92. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599525>

Rodríguez, M. L. (2016, 03 de febrero). *El diseño de las políticas públicas – materiales de estudio*. Ciencia de la política. Chile. Recuperado de: <https://cienciadelapolitica.wordpress.com/2016/02/03/el-diseno-de-las-politicas-publicas-materiales-de-estudio/>

Schenkel, E. & Almeida, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. *Perfiles latinoamericanos* 23(46). Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008

SECTUR - Secretaría de Turismo Mexicano. (2019). *Sistema Nacional de Certificación en Turismo*. Entorno Turístico. México. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/sistema-nacional-de-certificacion-turistica-de-la-sectur/>

SERNANP - Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (2009). *Plan Director de las Áreas Naturales Protegidas (Estrategia Nacional)*. Sistema Nacional de Información Ambiental. Ministerio del Ambiente. Perú. Recuperado de: <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/plan-director-las-areas-naturales-protegidas-estrategia-nacional>

SERNATUR - Servicio Nacional de Turismo (2011). *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo*. Q - Sello de Calidad Turística. Chile. Recuperado de: <http://www.calidadturistica.cl/la-certificacion/como-accedo/certificacion/>

Universidad Continental (s/f.). *5 estrategias para diseñar políticas públicas en el Estado*. Escuela de Posgrado de la Universidad Continental. Perú. Recuperado de: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/5-estrategias-para-disenar-politicas-publicas-en-el-estado>

Universidad Continental (s/f.). *Política y gestión públicas: dos enfoques para la toma de decisiones*. Escuela de Posgrado de la Universidad Continental. Perú. Recuperado de: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/politica-publica-y-gesti%C3%B3n-publica-diferencias-dos-enfoques-para-la-toma-de-decisiones> Vázquez, R. Rio, R. Suarez, L. (2009). Las agencias de viaje virtuales: ¿Cómo analizar la calidad de e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente? *Universia Business Review*, (24), 122-143. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312278008>

Universidad San Ignacio de Loyola (s/f.). *Código ético Mundial para el Turismo*. Facultad de Administración Hotelera, Turismo y Gastronomía. Perú. Recuperado de: <https://facultades.usil.edu.pe/administracion-hotelera-turismo-gastronomia/carrera/administracion-en-turismo/codigo-etico-mundial-para-el-turismo/>

Winchester, L. (2011). *La formulación e implementación de las políticas públicas en ALC* [Diapositivas]. CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Recuperado de: https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/4/45114/Pol%C3%ADticaspublicasenALC_Winchester.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
¿Cuál es el estado actual de las Políticas Públicas del sector Turismo referidas a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú, mediante el uso de la herramienta del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas durante el periodo 2017-2018?	Analizar el estado actual de las Políticas Públicas del sector Turismo referidas a la calidad de servicios que ofrecen las Agencias de Viajes en Perú, mediante el uso de la herramienta del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, durante el periodo 2017-2018	C1 = Políticas Públicas - Tendencias - Funcionamiento - Normativa legal C2 = Calidad de Servicio	Enfoque cualitativo Método: - Inductivo
¿De qué manera la implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas permite mejorar la calidad de los servicios ofrecidos de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018?	Describir el proceso de implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas que permite mejorar la calidad de los servicios ofrecidos de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018	- Situación del turismo - Desarrollo del turismo - Impacto económico	Muestra: 5 expertos en turismo con experiencia en el tema.
¿Cuál es el impacto del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018?	Identificar el impacto del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018		
¿Cuál es la situación actual de las empresas que tienen el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de los servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018?	Establecer la situación actual de las empresas que tienen el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en cuanto a la calidad de los servicios de las Agencias de Viajes en Perú, durante el periodo 2017-2018.		

Anexo 2: Entrevistas estructurada

- 1- ¿QUÉ OPINA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE SE APLICAN AL SECTOR TURISMO DURANTE EL PERIODO 2017-2018?
- 2- ¿CUÁL HA SIDO LA EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS CON RELACIÓN A LA LABOR DESEMPEÑADA POR EL ESTADO PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN AGENCIA DE VIAJES?
- 3- ¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS ACTUALES EN CUANTO A LA CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO EN EL PAÍS?
- 4- ¿DE QUÉ MANERA LAS NORMATIVAS EXISTENTES CONTRIBUYEN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO EN EL PAÍS?
- 5- ¿QUÉ NORMATIVAS HAN TENIDO MÁS ÉXITO EN CUANTO A SU APLICACIÓN EN EL SETOR TURISMO DURANTE EL PERIODO 2017 - 2018?
- 6- SI PUDIERA MEJORAR ALGUNA NORMATIVA LEGAL ¿CUÁL SERÍA?
- 7- ¿CUÁL ES SU OPINIÓN ACERCA DE LA CALIDAD DE SERVICIOS QUE SE OFRECEN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PERÚ?
- 8- ¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN CUANTO A LA CALIDAD DE SERVICIOS?
- 9- ¿QUÉ POLÍTICA PÚBLICA SUGERIRÍA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES DEL PAÍS?
- 10- ¿CREE USTED QUE EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE INDECOPI HA REPERCUTIDO EN EL ESTÁNDAR DE CALIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES?
- 11- ¿DE QUÉ MANERA INFLUYE EN LAS AGENCIAS DE VIAJES EL OBTENER EL RECONOCIMIENTO DEL SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN REFERENCIA A LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN?

- 12- ¿CUÁL ES SU OPINIÓN DE LA LABOR DE CENFOTUR EN PROMOVER LA CALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS?
- 13- ¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL EN CUANTO A CALIDAD EN EL SECTOR TURISMO?
- 14- ¿CUÁL ES EL EFECTO DE LA APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES?
- 15- ¿CUÁL ES EL IMPACTO EN LOS USUARIOS EN REFERENCIA A LA MEJORA DE LOS SERVICIOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES?
- 16- ¿CUÁL ES EL ROL DEL ESTADO EN EL CONTROL DE CALIDAD DE SERVICIOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES?
- 17- ¿CUÁL ES LA LABOR DESEMPEÑADA POR MINCETUR EN CUANTO A LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR TURISMO?

Anexo 3: Entrevistas a Profundidad

I. EJECUTIVO DE LA AGENCIA LATINO TRAVEL - AGENCIA DE VIAJES CON RECONOCIMIENTO SABP - CALTUR

1. A la pregunta ¿Qué opina de las políticas públicas que se aplican al sector turístico en el Perú? Respondió: No se llegan a concretar, sólo se quedan en planteamiento.
2. A la pregunta ¿Cuál ha sido la evolución de las políticas públicas con relación a la labor desempeñada por el estado para el control de la calidad de servicio en Agencia de Viajes? Respondió: Ha sido buena, en el sentido que ahora existe el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - CALTUR, pero falta normativas que apoyen a las agencias de viajes.
3. A la pregunta ¿Cuáles son las tendencias actuales en cuanto a la calidad de servicio del turismo en el país? Respondió: Existe un grupo pequeño de Agencia de Viajes que trabaja con calidad y lamentablemente no se puede hablar de tendencias actuales porque hay mucha informalidad en el sector.
4. A la pregunta ¿De qué manera las normativas existentes contribuyen con la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes en el país? Respondió: Las normativas no contribuyen porque falta mejorarlas, deben ser más estrictas y MINCETUR debe verificar (supervisar a nivel nacional) que todas las agencias de viajes las cumplan.
5. A la pregunta ¿Qué normativas han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector turismo en el periodo 2017 – 2018? Respondió: En la actualidad sería el programa del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas del CALTUR
6. A la pregunta Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería? Respondió: El D.S. N°004-2016-MINCETUR Agencia de Viajes, me refiero al reglamento de Agencias de viajes, para atender a los clientes no es suficiente con llevar un curso de atención al cliente, implica que las instituciones que imparten formación a los estudiantes de turismo mejoren su oferta de cursos y tienen que experimentar la práctica para que los estudiantes se encuentren mejor preparados. Las municipalidades deberían ser más estrictas al brindar las licencias de funcionamiento a las agencias de viajes.
7. A la pregunta ¿Cuál es su opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las agencias de viajes en Perú? Respondió: Mientras exista la informalidad en nuestro sector no se puede hablar de calidad.
8. A la pregunta En cuanto al impacto económico del turismo en el Perú, ¿Cuál es su opinión? Respondió: Podría ser un impacto mayor porque hay bastante riqueza natural y cultural, como en otros países que hay más orden y aprovechan recursos que en algunos casos han sido creados por el hombre y no tiene historia. Si el estado invirtiera más en este sector se dinamizaría más nuestra economía y mejoraría los resultados del PBI.

9. A la pregunta ¿Qué política pública sugeriría para mejorar la calidad de Servicios en las agencias de viajes del país? Respondió: Pienso que la primera política pública en nuestro país debería centrarse en la aplicación de buenas prácticas de gestión del servicio de agencias de viajes.
10. A la pregunta ¿Cree usted que el código de protección al consumidor de INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viaje? Respondió: Sí ha repercutido de alguna manera las agencias de viajes se han visto obligadas a poner regulaciones.
11. A la pregunta ¿De qué manera influye en las agencias de viajes el obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en referencia a la calidad del servicio que brindan? Respondió: Influye positivamente porque obliga a las agencias de viajes a tener protocolos los cuales van a llevar a la calidad total siempre y cuando los cumplan.
12. A la pregunta ¿Cuál es su opinión de la labor de CENFOTUR en promover la calidad en las empresas turísticas? Respondió: En base a las agencias de viajes capacitadas en el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas del CALTUR y que han obtenido el reconocimiento, me parece muy buena su participación porque nos supervisan los protocolos que se tienen que seguir para cumplir con calidad los servicios que se ofrecen.
13. A la pregunta ¿Cuál es la situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo? Respondió: Es pésima, porque las políticas de calidad que se implementan no perduran porque se cambian cuando hay un nuevo gobierno. Falta orden (se necesita lineamientos con políticas claras y que se cumplan)
14. A la pregunta ¿Cuál es el efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes? Respondió: Se convierte en una agencia ordenada, con protocolos, con personal que está enfatizando calidad en el momento de ofrecer un servicio.
15. A la pregunta ¿Cuál es el impacto de los usuarios en cuanto a la mejora de los servicios en las agencias de viaje? Respondió: Fue muy positivo porque se dio el reconocimiento de los usuarios quienes manifiestan que por fin el ministerio brindaba reconocimiento a la calidad de servicios que ofrecen en las agencias de viajes.
16. A la pregunta ¿Cuál es el rol del Estado en el control de calidad de servicios en las agencias de viaje? Respondió: El Estado cumple este rol a través de INDECOPI, quien debería brindar programas de capacitación y apoyar a las herramientas o programas que ejecuta el MINCETUR.
17. A la pregunta ¿Cuál es la labor desempeñada por MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo? Respondió: Brinda los lineamientos del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas y debería cumplirse para todas las agencias de viajes a nivel nacional de manera obligatoria.

II. FUNCIONARIO - MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO- MINCETUR

1. A la pregunta ¿Qué opina de las políticas públicas que se aplican al sector turístico en el Perú? Respondió: Las políticas públicas del sector turismo tienen como objetivo regular la actividad

turística y promover el turismo interno y receptivo de manera responsable, a fin de favorecer la economía a nivel nacional.

Las mismas contribuyen, entre diversas estrategias, a desarrollar una oferta turística competitiva, promover la formalización de servicios turísticos formales y de calidad, así como la facilitación de tránsito de turistas extranjeros en el país, involucrando a los gobiernos regionales y locales en estas tareas.

2. A la pregunta ¿Cuál ha sido la evolución de las políticas públicas con relación a la labor desempeñada por el Estado para el control de la calidad de servicio en Agencias de Viajes? Respondió: El Estado peruano, en lo relacionado a calidad turística, ha tomado desde el año 2015, como referentes principalmente a España y a países de la región como Chile, Colombia, Ecuador y México. A lo largo de distintas gestiones, ha prevalecido el interés por destinar presupuesto para mejorar la gestión del servicio turístico. Este último considerado como un factor determinante para la consolidación de una oferta turística competitiva.

Respecto a las agencias de viajes y turismo, se ha evolucionado en la actualización de herramienta a favor de la mejora de la calidad de estos servicios, así como también de hospedajes y restaurantes.

3. A la pregunta ¿Cuáles son las tendencias actuales en cuanto a la calidad de servicio del turismo en el país? Respondió: Actualmente la calidad del servicio en el país puede ser abordada desde dos perspectivas, ambas de caracteres voluntarios y dirigidos al empresario del sector.

El MINCETUR promueve la herramienta de calidad de servicios turísticos, segundo ámbito del Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR, reconocida a nivel nacional y denominada Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas de gestión de servicios turísticos, la cual es implementada a través de una cartilla de estándares diferenciados de manera estratificada en tres niveles (oro, plata y bronce). Asimismo, cuenta con la herramienta Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas Ambientales, la cual pretende disminuir el impacto que genera la actividad turística a través de políticas de gestión ambiental.

Asimismo, el Instituto Nacional de Calidad (INACAL), promueve la elaboración de proyectos de normas técnicas peruanas, los cuales pretenden normalizar los servicios identificados en el sector. Estos tienen por objetivo ser a futuro un referente para la certificación de calidad.

4. A la pregunta ¿De qué manera las normativas existentes contribuyen con la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes en el país? Respondió: Las normativas actuales contribuyen con la calidad del servicio desde el momento en que se registran como tales ante el órgano competente (Direcciones o Gerencias Regionales de Comercio Exterior y Turismo o MINCETUR para el caso de Lima Metropolitana), puesto que para los usuarios este registro en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos significa que son empresas formales.

Incluso, desde la perspectiva de operadores extranjeros, este registro es un aval para cualquier contratación, considerando así que cumplirán con lo ofrecido.

5. A la pregunta ¿Qué normativas han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector Turismo en el periodo 2017-2018? Responde: Digamos que el término “éxito” no debería ser utilizado para la aplicación de normativas que resultan obligatorias en nuestro país. Sin embargo, la aplicación del Reglamento de agencias de viajes y turismo al contar con menos requisitos que un establecimiento de hospedaje o restaurante, resulta más fácil el registro y, por tanto, se recibe un número mayor de solicitudes.
6. A la pregunta Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería? Respondió: El Reglamento de Agencia de Viajes puede tener algunas modificaciones
7. A la pregunta ¿Cuál es su opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las agencias de viajes en Perú? Respondió: Desde mi punto de vista, las agencias de viajes y turismo en el Perú tenían la facilidad de existir o dejar de hacerlo en el mercado sin ninguna sanción de parte del órgano competente; sin embargo, la reciente escala de sanciones permite que ahora se inicien procesos por haber incumplido con la aplicación de la normativa.

No obstante, existe un gran número de quejas y reclamos principalmente ante agencias de viajes y turismo que no han cumplido con el servicio ofrecido, cambian el itinerario sin informar al pasajero, cuentan con guías que no cumplen los estándares ofrecidos, entre otros. Cabe señalar que la mayoría de estos reclamos y quejas provienen de turistas extranjeros.

Adicionalmente, quien administre una agencia de viajes y turismo debe tener la certeza de contar con sus mejores proveedores para evitar posibles incumplimientos en los servicios ofrecidos.

8. A la pregunta En cuanto al impacto económico del turismo en el Perú, ¿Cuál es su opinión? Respondió: Si bien no existe data exacta de los beneficios indirectos que brinda la actividad turística al país, los que estamos inmersos en este sector, evidenciamos la cantidad de empleo que este puede generar, el fomento de inversión pública y privada para infraestructura y conectividad en algunas zonas a las que años atrás tomaba más tiempo en traslados o trasbordos, así como la identidad cultural de algunas localidades que aún cuentan con costumbres de sus generaciones antecesoras.

Ahora bien, es conocido que el sector turismo es uno de los sectores que contribuye al PBI, por lo tanto, mi opinión se basará en que mientras exista un flujo de turistas (nacionales o extranjeros) interesados en visitar algún lugar en nuestro país, la inversión pública y privada se verán en la obligación de desarrollar mejoras en las condiciones de ese lugar, generando así un impacto económico favorable para nuestro país, haciéndolo más atractivo para nuevos segmentos de turistas que identificarán al Perú como un destino turístico “visitable”.

9. A la pregunta ¿Qué política pública sugeriría para mejorar la calidad de Servicios en las agencias de viajes del país? Respondió: Considero que principalmente la iniciativa corresponde al sector privado, la asociatividad de micro y pequeñas empresas podría tener el poder de generar nuevas políticas públicas en función de sus necesidades. Este grupo es el mayoritario cuando de servicios turísticos se trata y lamentablemente los gremios existentes agrupan a muy pocas empresas a nivel nacional; por lo tanto, considero que a través de la asociatividad podrían

generarse mayores beneficios para este grupo de empresarios. De otro lado, promovería las ferias regionales a fin de que puedan generarse mejores alianzas y ampliar la red de contactos de servicios turísticos.

10.A la pregunta ¿Cree usted que el código de protección al consumidor de INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viaje? Respondió: Probablemente sea uno de los factores que haya repercutido en ello; sin embargo, hay agencias de viajes y turismo que desconocen o hacen caso omiso al rol que cumple INDECOPI, incluso llegando hasta recibir denuncias cuando existen etapas conciliadoras previas.

11.A la pregunta ¿De qué manera influye en las agencias de viajes el obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en referencia a la calidad del servicio que brindan? Respondió: En principio, es necesario aclarar lo que suele ser una constante confusión, entre reconocimiento y acreditación, el “Reconocimiento a la aplicación de buenas prácticas” es un distintivo que diferencia a una empresa del sector por cumplir con una serie de buenas prácticas o estándares identificados para ese tipo de servicio, contando con profesionales especializados en cada uno de ellos. Y un proceso de acreditación, según el INACAL, recae en demostrar al mercado y a los organismos reguladores que un proveedor elabora presta servicios que cumplen requisitos de calidad definidos, basados en normas técnicas ya establecidas, aplicadas por un organismo autorizado por el INACAL mediante la acreditación respectiva.

El “Reconocimiento a la aplicación de buenas prácticas” es otorgado a las empresas del sector que cumplen con uno de los tres niveles establecidos para el SABP, desde el año 2017, influyendo en su distinción respecto a otras empresas que existen en el mercado nacional. Las agencias de viajes que tienen este reconocimiento cuentan con ciertos beneficios.

12. A la pregunta ¿Cuál es su opinión de la labor de CENFOTUR en promover la calidad en las empresas turísticas? Respondió: El Centro de Formación en Turismo ha sido desde el inicio de la aplicación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, el ente ejecutor de la herramienta, considerando que en su rol formativo cuenta con profesionales especializados por cada tipo de servicio.

La envergadura de la herramienta ha mejorado, teniendo actualmente representatividad hasta en 23 regiones del Perú, CENFOTUR promueve la mejora continua de la calidad de los servicios brindados por las empresas del sector.

13.A la pregunta ¿Cuál es la situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo? Respondió: Actualmente, no existe una cultura de calidad en nuestro sector y el grupo de empresas del sector que aplican herramientas de calidad es muy reducido.

Principalmente son las empresas que tienen contacto con operadores extranjeros las que buscan cumplir con procesos de certificación internacional, a fin de que los turistas extranjeros reconozcan y confíen en la calidad que estas certificaciones respaldan.

14. A la pregunta ¿Cuál es el efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes? Respondió: Considero personalmente que la aplicación de buenas prácticas para las agencias

de viajes y turismo permite identificar procesos que en muchos casos vienen realizándose de manera adecuada pero que pueden mejorar con esfuerzo y dedicación de parte del personal.

Permite ordenar la gestión actual de estas empresas, favoreciendo en algunos casos el registro adecuado de información, así como la selección correcta de proveedores.

15. A la pregunta ¿Cuál es el impacto de los usuarios en cuanto a la mejora de los servicios en las agencias de viaje? Respondió: Lamentablemente no existe un estudio que permita dar respuesta al impacto de los usuarios respecto a la mejora de los servicios de una agencia de viajes y turismo; puesto que para ello se debe contar con una línea base y posteriormente medir el impacto sobre el mismo grupo de empresas.

16. A la pregunta ¿Cuál es el rol del Estado en el control de calidad de servicios en las agencias de viaje? Respondió: El Estado a través de INDECOPI atiende las quejas o reclamos que de alguna manera resguardan la calidad de los servicios ofrecidos en base a un acuerdo o contrato.

En cuanto al MINCETUR, recientemente se han realizado consultas a los gobiernos regionales y otras entidades de la academia, a fin identificar que empresas cuentan con algún sistema de calidad o certificación ISO u otros similares, con el propósito de generar un registro de estas.

17. A la pregunta ¿Cuál es la labor desempeñada por el MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo? Respondió: El MINCETUR propone desde el año 2005 el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), el cual ha recibido una serie de actualizaciones hasta el año 2017.

Uno de los ámbitos es el de servicios turísticos, en tanto promueve la cultura de calidad y la implementación del Sistema de Buenas Prácticas del sector turismo, a fin de distinguir a las empresas que participen de esta herramienta y difundirlas a nivel nacional.

Adicionalmente a los servicios de hospedaje, restaurante y agencias de viajes, en este último se ha elaborado una cartilla adicional para el servicio de avistamiento de aves y trekking. Así como también buenas prácticas para ser aplicadas en bodegas de pisco.

III. ENTREVISTA A UN EJECUTIVO DE LA AGENCIA DE VIAJES CORAL TRAVEL

1. A la pregunta ¿Qué opina de las políticas públicas que se aplican al sector turístico en el Perú? Respondió: La existencia de las políticas públicas en el sector turístico depende de la voluntad política de los gestores de gobiernos de hacer realidad una visión de país turístico que no se tiene. Si no se cumple este requisito las políticas públicas quedan reducida su existencia al papel que los cobija.

2. A la pregunta ¿Cuál ha sido la evolución de las políticas públicas en relación con la labor desempeñada por el estado para el control de la calidad de servicio en Agencias de Viajes? Respondió: Dicho lo anterior, el desarrollo turístico del país no ha sido producto de política pública alguna puesta en marcha por el gobierno de turno, sino por la voluntad y decisión del sector privado. No hay un trabajo en conjunto entre el Estado y el sector privado.

3. A la pregunta ¿Cuáles son las tendencias actuales en cuanto a la calidad de servicio del turismo en el país? Respondió: La tendencia de la mejora continua de la calidad del servicio turístico ha sido consecuencia de la moda existente, más no de política pública alguna, toda vez que ésta se tangibiliza cuando se le asigna presupuesto para ponerlo en práctica. Una vez más el responsable de la mejora de la calidad ha sido el empresariado nacional.
4. A la pregunta ¿De qué manera las normativas existentes contribuyen con la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes en el país? Respondió: Las normas elaboradas sin el compromiso y colaboración de los empresarios del sector, seguirán siendo normas incumplidas. Respondiendo la mejora de la calidad del servicio turístico de la voluntad de los empresarios privados del sector.
5. A la pregunta ¿Qué normativas han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector Turismo en el periodo 2017-2018? Respondió: No conozco ninguna que haya tenido éxito, el mismo que esté sustentado en evaluaciones académicas que no respondan a intereses políticos.
6. A la pregunta: Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería? Respondió: Las normativas tendrán éxito, siempre y cuando respondan a estrategias que tienen como objetivo hacer realidad una visión de país turístico formulada por el líder del sector, que no se conoce, ni posee. Se debe considerar que los egresados de turismo tienen deficiencias en las competencias laborales las cuales son necesarias para desempeñar los puestos que ofrecen las empresas turísticas produciendo insatisfacción en el empleador, las instituciones educativas tienen que mejorar su propuesta académica por tal motivo en el reglamento de Agencias de Viajes debe existir una modificación en cuanto a la acreditación de experiencia mínima laboral.
7. A la pregunta ¿Cuál es su opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las agencias de viajes en Perú? Respondió: La calidad en la mayoría de las agencias de viaje del país responde no a satisfacer las expectativas del turista, sino las necesidades del empresariado.
8. A la pregunta: En cuanto al impacto económico del turismo en el Perú, ¿Cuál es su opinión? Respondió: El impacto del turismo en el país es importante, dado que constituye el tercer generador de divisas para el país, constituyendo por tanto un importante porcentaje del PBI nacional.
9. A la pregunta ¿Qué política pública sugeriría para mejorar la calidad de servicios en las agencias de viajes del país? Respondió: Lo primero que se tiene que hacer es que el líder del sector turístico que surgiera formule la visión turística que desea para el país, para que todos pongan lo mejor de sí para hacer realidad esa visión. Si no se tiene ese norte claro, hacia donde queremos llegar como destino turístico, todo lo que se haga será un mero esfuerzo aislado, que no conducirá al progreso del país como destino turístico. Lógicamente, tomar esa decisión implica renunciar a otras modalidades de turismo y seguiremos siendo un país medianamente bueno en todas las modalidades de turismo, pero nunca el líder en una modalidad específica de turismo.

10. A la pregunta ¿Cree usted que el código de protección al consumidor de INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viaje? Respondió: No en la medida de lo que se propusieron los que la generaron, dado que la calidad no se impone, sino es una manera de vida y de propósito que nace en la gestión de los empresarios del país y del apoyo del gobierno para lograrlo. Dado que las quejas no son el problema, sino la manifestación del problema.
11. A la pregunta ¿De qué manera influye en las agencias de viajes el obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en referencia a la calidad del servicio que brindan? Respondió: Influiría si en verdad ese reconocimiento de la calidad sea verdaderamente expresión de la calidad del servicio brindado, que no la da el gobierno, sino los turistas. La mayoría la obtienen como estrategia de marketing, más no de mejora continua de la calidad.
12. A la pregunta ¿Cuál es su opinión de la labor de CENFOTUR en promover la calidad en las empresas turísticas? Respondió: CENFOTUR al ser una entidad formadora de los recursos humanos en turismo contribuye a la mejora de la calidad del servicio turístico, siempre y cuando cuente con el apoyo económico y el compromiso del empresario al cual sirve.
13. A la pregunta ¿Cuál es la situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo? Respondió: La calidad en el sector turístico en general es mala, primero por falta de compromiso con la calidad de parte de la mayoría de los empresarios formales y en segundo lugar por la gran informalidad existente en el sector.
14. A la pregunta ¿Cuál es el efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes? Respondió: El efecto tendría que ser bueno, si se cuenta con el compromiso de los dueños de las empresas turísticas para con la mejora continua de la calidad del servicio que brindan.
15. A la pregunta ¿Cuál es el impacto de los usuarios en cuanto a la mejora de los servicios en las agencias de viaje? Respondió: Los usuarios determinan la calidad de los servicios y contribuyen a la mejora de estos, si se identifican las causas que la originaron y existe el compromiso del empresario de revertir el motivo de la insatisfacción del turista o usuario.
16. A la pregunta ¿Cuál es el rol del Estado en el control de calidad de servicios en las agencias de viaje? Respondió: El rol del Estado debe ser el facilitador para el desarrollo del turismo al formular la visión compartida con todos de la modalidad de turismo que desea el país ser el líder indiscutible. Fijado el norte al cual queremos llegar tendría que dar las normativas y asignando los recursos económicos indispensables para hacerlo realidad.
17. A la pregunta ¿Cuál es la labor desempeñada por MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo? Respondió: Por implementar la herramienta Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, su labor desempeñada ha sido acertada, tiene que velar por la continuidad y el cumplimiento de esta herramienta.

IV. ENTREVISTA A UN EJECUTIVO DE LA AGENCIA ECORUTAS - AAVV CON RECONOCIMIENTO SABP - CALTUR

1. A la pregunta ¿Qué opina de las políticas públicas que se aplican al sector turístico en el Perú? Respondió: Las políticas públicas aplicadas al sector turístico deberían tener más énfasis en tres cosas: Promoción, de los lugares que necesitan mayor luz en mercados nacionales e internacionales, se observa que existen campañas de venta a los mismos lugares que veces ya están consolidados como destinos, existiendo otros que requieren la misma visibilidad. Como segundo punto, preservación de los recursos naturales, si no ponemos políticas públicas ahora para la preservación y cuidado de nuestros recursos naturales es muy probable que en unos años no tengamos que ofrecer a los diferentes mercados, y por último y no menos importante hace falta la adecuada fiscalización, es inaudito que la informalidad exista en nuestros mercados compitiendo deslealmente con la empresa formal, estamos perdiendo la batalla y necesitamos políticas estrictas y mano dura ante este escenario. No hay un trabajo articulado entre las políticas públicas y privadas.
2. A la pregunta ¿Cuál ha sido la evolución de las políticas públicas con relación a la labor desempeñada por el Estado para el control de la calidad de servicio en Agencias de Viajes? Respondió: He notado que han realizado actualizaciones en las normativas, por ejemplo: el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas ha tenido algunos cambios, los cuales me parecen bien si es para mejora de la calidad de los servicios turísticos.
3. A la pregunta ¿Cuáles son las tendencias actuales en cuanto a la calidad de servicio del turismo en el país? Respondió: Existe calidad en los destinos del Perú, sin embargo, esta va de la mano con la relación calidad/precio especialmente si de turismo nacional hablamos.
4. A la pregunta ¿De qué manera las normativas existentes contribuyen con la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes en el país? Respondió: Levemente, aún nos falta rigidez en el control de la informalidad que reduce la calidad de los servicios turísticos.
5. A la pregunta ¿Qué normativas han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector Turismo en el periodo 2017-2018? Respondió: Ninguna, tienen el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas del CALTUR, se puede mejorar su aplicación y puede ser que se convierta en la que haya tenido mayor acogida.
6. A la pregunta Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería? Respondió: Necesitamos leyes más estrictas con cierre inmediato de los actores informales del turismo. Es necesario concretar reformas para el sector y velar por su cumplimiento. Exactamente que norma, creo que todas las que benefician al sector, como por ejemplo el Reglamento de Agencia de Viajes debe ser más estricto cuando se refiere a la contratación del personal si hablamos de atender a clientes en el ámbito del turismo necesariamente tienen que estudiar la carrera y las universidades deben mejorar su malla curricular por que brindan mucha teoría y cuando recibimos a los egresados de las universidades no saben cómo empezar a trabajar la parte operativa.

7. A la pregunta ¿Cuál es su opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las agencias de viajes en Perú? Respondió: Existen empresas en el Perú que tienen altos estándares de calidad, sin embargo, ninguna puede aguantar el embate de la piratería turística.
8. A la pregunta: En cuanto al impacto económico del turismo en el Perú, ¿Cuál es su opinión? Respondió: Que si bien, hay un crecimiento debe ir de la mano con las políticas que urgen para normalizar este sector en desarrollo, se siente como que a Perú le ha caído de golpe este boom turístico y no estamos preparados para manejarlo.
9. A la pregunta ¿Qué política pública sugeriría para mejorar la calidad de Servicios en las agencias de viajes del país? Respondió: Creo que la implementación de los programas del Estado como el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas del CALTUR entre otras son buenas, sin embargo, deberían enfocarse más en la lucha contra la informalidad.
10. A la pregunta ¿Cree usted que el código de protección al consumidor de INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viaje? Respondió: Si, es positivo que el cliente/consumidor/turista no se sienta solo ante un atropello de sus derechos.
11. A la pregunta ¿De qué manera influye en las agencias de viajes el obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en referencia a la calidad del servicio que brindan? Respondió: Por lo pronto la única utilidad es la de ponerlo en una vitrina como un gran gesto de orgullo. Para el empresariado mejorar tu calidad significa mejorar tu rentabilidad de los servicios que vendes, en mi caso, solo sirvió para encarecer mi producto y ganar menos, mientras el modelo informal gana en demasía por un servicio que ni siquiera paga impuestos.
12. A la pregunta ¿Cuál es su opinión de la labor de CENFOTUR en promover la calidad de las empresas turísticas? Respondió; Pienso que el instituto cumple con brindar herramientas y procesos de mejora, pero no puede hacer más porque la calidad turística crecerá cuando se anule la informalidad y esta tarea no es su responsabilidad.
13. A la pregunta ¿Cuál es la situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo? Respondió: La prestación de servicios turísticos es la parte más importante dentro de la cadena del turismo, pero no se puede hablar de calidad de los servicios en nuestro país porque existen prestadores de servicios turísticos que evaden las leyes y perjudican enormemente al sector.
14. A la pregunta ¿Cuál es el efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes? Respondió: Hay un poco de hermetismo en cuanto a los procesos, poco a poco se ha podido lograr un avance considerable, así como la participación en capacitaciones al personal sobre atención al cliente.
15. A la pregunta ¿Cuál es el impacto de los usuarios en cuanto a la mejora de los servicios en las agencias de viaje? Respondió: Hay un incremento en los clientes en comparación a otros años y los empresarios notan la mejora y eso es positivo.
16. A la pregunta ¿Cuál es el rol del Estado en el control de calidad de servicios en las agencias de viaje? Respondió: Su rol es brindar herramientas que permita mejorar la calidad de los servicios

turísticos, ahora el Estado brinda el programa Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas el cual se realiza constantemente ya que, a través de las visitas de asesoría y monitoreo para las evaluaciones en el otorgamiento del reconocimiento se ha logrado estandarizar varias empresas y formalizar algunas otras. Hay acogida al programa y su difusión a través del Estado es fundamental, pero hay empresas que no conocen del programa.

17. A la pregunta ¿Cuál es la labor desempeñada por MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo? Respondió: La labor del MINCETUR en lo referente a la calidad del servicio turístico es pobre porque no existe la voluntad política de hacer del turismo el motor del desarrollo del país. Su labor se concentra en trabajar por la mejora de la calidad del servicio turístico en el sector formal, mientras que la informalidad en el sector crece y es incapaz de formalizarlo.

V. ENTREVISTA A ESPECIALISTA DEL SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS – SABP - CULTUR- CENFOTUR; ENTIDAD ADSCRITA AL MINCETUR

1. A la pregunta ¿Qué opina de las políticas públicas que se aplican al sector turístico en el Perú? Respondió: Tenemos políticas, tenemos algunos reglamentos, lo que falta es ejecución, actualización (adecuación a la realidad) y creación oportuna.

En el mercado turístico, la capacidad de innovación, los cambios, las tendencias, todo es rápido, mientras que el marco normativo tiene otro ritmo, y a veces el capital humano que forma parte de los órganos competentes no cuentan con el número de personas o el perfil técnico-operativo idóneo para la realidad de sus destinos, no se trata simplemente de “egresados” en turismo o afines, tiene que ser gente que tenga experticia en turismo (Agencia de Viajes) y que quiera, pueda, sepa estar en el campo laboral, “sensibilizarse” de la realidad del estado de nuestros destinos. A veces por cumplir metas y objetivos no se conoce la verdad de los asuntos.

Vale agregar también que existen casos donde las mismas autoridades desconocen los impactos positivos y negativos del turismo, por ende, no priorizan el desarrollo del turismo en sus espacios, y qué decir del enfoque sostenible del mismo. Desde ese nivel, también se evidencia una carencia de competencias.

Entonces, políticas tenemos, tenemos un PENTUR al 2025 con pilares estratégicos pensados en la oferta, la demanda, la facilitación turística y la institucionalidad del sector, pero en el campo laboral la realidad condiciona la implementación de las políticas, reglamentos, etc., y esa realidad tiene que ver con el talento humano, su educación, su idiosincrasia. ¿Cómo formalizamos y concientizamos a aquellos que aún ven en la informalidad y en el “vender algo para el día” su única o mejor alternativa de hacer negocio?

2. A la pregunta ¿Cuál ha sido la evolución de las políticas públicas con relación a la labor desempeñada por el Estado para el control de la calidad de servicio en Agencias de Viajes? Respondió: Como mencioné, el mercado turístico corre, particularmente la capacidad de adaptación e innovación de la planta turística representada principalmente por los prestadores

de servicios turísticos, mientras que la normatividad trota, entendiendo que también tiene un reto grande al tener que analizar las implicancias, consecuencias, etc.

Por citar un ejemplo, muchas agencias trabajan bajo la modalidad de una Agencias de Viajes Online (OTAs), cuyas oficinas no necesariamente están en un edificio de oficinas, o tienen una oficina de uso exclusivo para la agencia, no obstante, no contamos aún con una regulación para éstas.

Otro ejemplo es el caso de agencias que comparten el local comercial con otro(s) negocio(s) distintos al de agencias de viajes, para compartir el costo del alquiler, con lo cual contradeciría uno de los requisitos mínimos del reglamento.

3. A la pregunta ¿Cuáles son las tendencias actuales en cuanto a la calidad de servicio del turismo en el país? Respondió: Los turistas nacionales y extranjeros hacen sus esfuerzos para realizar el viaje deseado, lo que mínimamente esperan en cuanto a calidad es que se entregue lo que se ofreció y por lo cual pagó, que haya una disposición de servicio, lo que implica que se atiendan solicitudes imprevistas, que se resuelvan problemas, que brinden respuestas y acciones rápidas, es decir, que le permitan gozar de ese viaje esperado sin retrasos. Si la agencia supera más la expectativa, notará la oportunidad de tener un cliente que le comprará otra vez o que lo recomiende con más ánimos.

El talento humano es muy importante, puede transformar defectos, fallas en oportunidades, si es que cuenta con esa habilidad.

No puedo dejar de mencionar la relevancia del aprovechamiento de la tecnología, por lo menos en las comunicaciones. En otros países ahora se paga todo usando el Smartphone reemplazando la tarjeta de crédito.

4. A la pregunta ¿De qué manera las normativas existentes contribuyen con la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes en el país? Respondió: En el reglamento de agencias de viajes y turismo vigente, tenemos el artículo 11 donde se señalan los requisitos mínimos para la prestación del servicio.

En el artículo 12 hace referencia al Personal calificado, lo que implica que debe contar con formación y/o capacitación o experiencia, donde en todos los casos debe contar con el respectivo documento que sustente cualquiera de las “calificaciones” del personal, además de contar con una constancia o certificado que demuestre que por lo menos ha llevado un curso de Técnicas de atención al cliente. Con ambos artículos, el reglamento establece un “mínimo” de calidad de servicio que deben prestar las agencias de viajes.

Digo “mínimo” porque, por ejemplo, habría que ver la malla curricular del egresado de una universidad donde mayormente los cursos no son de enfoque técnico-práctico, por lo que, en la práctica, cuando llegue un egresado universitario a una agencia no necesariamente conocerá, para empezar, la terminología del día a día, tampoco conocerá de técnicas de ventas y atención al cliente, de la ejecución de una operación turística y sus contingencias, entre otros. Y de ahí el

por qué las agencias comentan que “no puedo pagarle lo que pide porque no conoce, yo tengo que enseñarle todo, desde cero. En todo caso preferiría a un egresado de instituto”.

Está el caso de un empresario de agencia Mype que aprovechó la “oportunidad de negocio” al poner una agencia sin conocer del sector, contrata a un practicante egresado de instituto porque no pide tanto sueldo como el universitario, esperando que lo haga todo (sin saber ni entender en qué se formó el colaborador), desde lo operativo hasta administrativo, para luego expresar sus quejas en relación a sus habilidades administrativas indicando que “para eso estudian” y “para eso te pago”, “¿por qué no vendes más?”, “no haces bien tu trabajo y los turistas se quejan”, etc., etc.

Entonces, el “papelito” no siempre manda ni determina el nivel de calidad de ese nuevo personal que se incorpora a la agencia. Por ello tiene que haber un acompañamiento del empresariado (interesado supuestamente) también, capacitación para la actualización (el mercado cambia velozmente, y las mallas curriculares no) por iniciativa del personal de contacto y/o de la misma empresa, etc. Y esa oferta de cursos, de seminarios pueden tener origen privado o público.

Si hablamos de la infraestructura y equipamiento, nuevamente, los requisitos son mínimos porque no precisa tipo de equipo de cómputo o conexión a internet o impresora. Hay agencias que aún usan monitores CRT y no de pantalla plana, CPUs con disqueteras o procesadores de datos con versiones antiguas y que ni saben a veces utilizar. Conexiones a internet muy lentas que claramente tienen efecto sobre la calidad de servicio, porque la presentación de la documentación es pobre en la redacción y presentación, porque la rapidez en la conexión es baja, porque la misma impresión que tiene el potencial cliente al ver el equipamiento es de agencia “antigua”, por no decir también poco amigable con el medio ambiente por el consumo energético, etc.

Por ello, los requisitos son mínimos, y está en las propias empresas crear su identidad, sus propias políticas de calidad según el mercado o los mercados que atiende para lograr el fin de las empresas, generar utilidad con la satisfacción de que las expectativas de sus clientes fueron cubiertas y hasta superadas. También hay artículos del Código de Protección al Consumidor que aplican al rubro de las agencias de viajes, solamente que no son expresamente establecidas para éstas, sino para las empresas de venta de productos y servicios en general.

5. A la pregunta ¿Qué normativas han tenido más éxito en cuanto a su aplicación en el sector Turismo en el periodo 2017-2018? Respondió: Más que éxito pensaría en “repercusión”. Me viene a la mente que a raíz de los accidentes e incluso pérdidas humanas generadas por la práctica de actividades de turismo de aventura, el sector en todos sus niveles ha puesto mayor énfasis y rapidez en la revisión y actualización de la normativa a este respecto, incluso en la creación de normativa que no aún no existía y, donde además los órganos competentes deben identificar y declarar las zonas aptas para la práctica de estas actividades de aventura.

Ahora incluso las agencias que operen alguna modalidad de turismo de aventura deben además tramitar su certificado como tal, previa inspección y cumplimiento de todos los requisitos previstos en el Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura.

Para ello se ha convocado a los diferentes actores tanto públicos como privados para mejorar esta regulación y elevar el nivel de formalización y profesionalización de estas actividades, que según el reglamento están reconocidas 16 modalidades. Sobre esto último, cabe precisar nuevamente que el mercado evoluciona muy rápidamente, y existen, surgen nuevas actividades que implican exposición a riesgos para la vida.

Entonces, en lo que se están trabajando normas técnicas para las reconocidas, ya están operando otras actividades, debiendo además señalar que quienes las crean, operan y comercializan no necesariamente son agencias de viajes, por lo que tampoco se podría aplicar el reglamento, pero sí son proveedoras de las agencias de viajes establecidas como tal. ¿Qué puede hacer la normatividad turística con esos casos? ¿Invitarlos a que se conviertan en agencias de viajes y competir con sus clientes agencia? ¿Y si no les interesa comercializar más servicios o productos o simplemente entrar a la dinámica de las agencias? Se sigue avanzando en la normatividad, igual el mercado sigue avanzando, aunque más rápido.

6. A la pregunta Si pudiera mejorar alguna normativa legal ¿Cuál sería? Respondió: El reglamento de Agencia de Viajes. Pienso que deberíamos tener en consideración las OTAs o las agencias que básicamente aprovechan la modalidad de E-Commerce. Muchas agencias se quejan ante la presencia de esta modalidad porque indican que al no atender a clientes en la oficina, ahorran costos de alquiler, de adquisición de equipamiento o acondicionamiento adecuado para la atención al cliente, e incluso de contratación de colaboradores que hablen algún idioma extranjero (porque usan el Google Translate u otro para “salir del paso”), entre otros, haciendo que en términos económicos, unas agencias tengan más costos que otras, y por tanto, sean más o menos competitivas. También debe entenderse como necesidad el sancionar el incumplimiento de disposiciones establecidas, que tengo entendido está en proceso de elaboración.
7. A la pregunta ¿Cuál es su opinión acerca de la calidad de servicios que se ofrecen en las agencias de viajes en Perú? Respondió: Hablar de calidad es muy amplio y hasta subjetivo, sabiendo que “para todos hay” porque “no todo es para todos”, según los perfiles de los segmentos, por tanto, la calidad esperada por cada uno de ellos, lo que a su vez define el diseño de los productos y servicios por parte de las agencias de viajes y turismo.

Para hablar de calidad, también habría que hablar de formalidad e informalidad, conocimiento de mercado, de valores humanos y organizacionales, de competitividad, de formación continua, de empatía, y otras cosas más que se manifestarán en el ejercicio de buenas prácticas. Además, finalmente, las agencias siempre se pueden reservar el derecho a no vender algo que no se alinea a su propia política de calidad, de seguridad, entre otros.

8. A la pregunta En cuanto al impacto económico del turismo en el Perú, ¿Cuál es su opinión? Respondió: Indicadores como el PBI turístico (tercer generador de divisas), el Gasto Turístico

Interno y el Receptivo, el empleo de la PEA en el sector turismo, su posición en relación con la generación de divisas por concepto de exportación (segundo después de la agricultura), muestran cifras en positivo, crecientes y representativas dentro del total nacional y el panorama turístico global. Quizá sea hasta mayor, pero para ello sería necesario que los prestadores de servicios turísticos cumplan con la formalización de buenas prácticas que permitan generar más data, por citar las más evidente: la emisión de comprobantes de pago, por ende, el registro de sus ventas, y también la contratación de su personal. Quizá sea menor, en el caso de las inversiones extranjeras donde las divisas que generan sus negocios retornan a sus países de origen.

9. A la pregunta ¿Qué política pública sugeriría para mejorar la calidad de Servicios en las agencias de viajes del país? Respondió: Es necesario hacer mayor énfasis en la necesidad de contar con talento humano competente y reconocido como tal, por lo que habría que mejorar las acciones de fiscalización y sanción en este aspecto. Hoy por hoy la calidad es mayormente definida por el talento humano. Hay que implementar mejoras y su ejecución de estas en este sentido, lo que impactaría en la percepción de calidad de los viajeros.

Si la formación de los colaboradores evoluciona, eso se evidenciará en su desempeño, en la diversificación de la oferta turística, en el nivel de trabajo en equipo con los demás actores (incluido comunidades receptoras), en la conservación de nuestro patrimonio nacional, en la capacidad de innovación, y más.

Puede sonar “simple”, pero la educación, la cultura, la idiosincrasia necesita evolucionar y adaptarse al presente y las tendencias que se avizoran.

10. A la pregunta ¿Cree usted que el código de protección al consumidor de INDECOPI ha repercutido en el estándar de calidad de las agencias de viaje? Respondió: Las agencias de mayor trayectoria, facturación y con interés y capacidad de pago para certificaciones se han acogido a esos procesos de normalización por lo que se puede hablar de un estándar. ¿Y aquéllas que no (porque finalmente son procesos voluntarios y demandan una inversión) a qué estándar pertenecen? Estas agencias cuentan también con departamentos encargados de la gestión de calidad, por lo que conocen del Código, ¿y las MYPEs?

Lo que tiene el Código de Protección al Consumidor, que a su vez es la primera disposición complementaria final dentro del reglamento de agencias de viajes y turismo, es que éste contempla artículos sobre los Derechos de los consumidores, Información a los consumidores, al igual que otros relacionados a la Idoneidad de los productos y servicios, siendo en ambos orientados a productos y servicios desde una mirada general, y en algunos casos orientados a la venta de productos.

Así como el reglamento de agencias señala requisitos mínimos para la prestación del servicio, el código plantea artículos con requisitos mínimos que aplican a la labor de asesoría e información al cliente, el trato sin discriminación de ningún tipo, la publicación y acceso a precios y medios de pago, el trato y solución de quejas y denuncias, la publicidad, los tipos de garantías,

entre otros. ¿Hay requisitos mínimos para ejecutar una operación turística de calidad siendo esta la “prueba de fuego” donde se demuestra que se entregará todo lo prometido por la agencia?

Por ende, el código ha establecido requisitos mínimos que podrían ser considerados “estándares de calidad”, la pregunta sería, ¿lo saben todas las agencias? Quienes conocen el código, ¿lo ven como un estándar? ¿Conocen las implicancias, sanciones de no cumplirlas? Un detalle, la mayoría agencias que tienen su Libro de reclamaciones no saben el procedimiento para su llenado y manejo, por lo que me atrevo a decir que no creo que todas las agencias hayan leído el código y operan de manera intuitiva y reactiva, según lo que se van informando en el camino, algunas, no digo que todas.

11. A la pregunta ¿De qué manera influye en las agencias de viajes el obtener el reconocimiento del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en referencia a la calidad del servicio que brindan? Respondió: El Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas es un reconocimiento a las buenas prácticas que realizan las agencias de viajes, el cual busca elevar el nivel de calidad de las agencias, y sobre todo, incentivar a las agencias a estar en la línea del desarrollo, del crecimiento y la innovación para crear negocios sostenibles y competitivos con ofertas diferenciadoras, y no realizar el copiar y pegar de paquetes y ofertas de otros, sin identidad propia, sin ventaja competitiva, sin ampliar la oferta para la demanda cuyas tendencias no son nada estáticas. ¿Vamos a vender lo mismo a un cliente que nos quiere comprar otra vez? Debemos tener más variedad para ofrecer. También es un incentivo para las agencias que aún no pueden acceder por sus propios medios económicos a reconocimientos o certificaciones, además de ser una suerte de “entrenamiento” y “preparación” porque entran en un proceso de “normalización” según la lista de buenas prácticas que plantea el SABP para agencias, entonces, cuando inicien procesos de certificación, contarán con la experiencia previa de este proceso.
12. A la pregunta ¿Cuál es su opinión de la labor de CENFOTUR en promover la calidad en las empresas turísticas? Respondió: Como organismo técnico descentralizado y adscrito al MINCETUR, su competencia es planificar y ejecutar la política de formación, capacitación y perfeccionamiento de los diferentes niveles ocupacionales de la actividad turística, es por ello que establece la pauta sobre los perfiles ocupacionales para contar con talento humano competente y de calidad.
13. A la pregunta ¿Cuál es la situación actual en cuanto a calidad en el sector turismo? Respondió: Hablar de calidad es bien amplio, al igual que los actores involucrados en el sector turismo, cada uno con su perfil, cada uno con sus principios, sus necesidades, sus prioridades, etc.

Las agencias hacen posible que el sector tenga vida: empresas de transporte de diferentes modalidades sean de transporte turístico u otros, agencias de viajes y turismo, los operadores de turismo de aventura, restaurantes de todo tamaño, establecimientos de hospedaje, los artesanos, los guías oficiales de turismo y los orientadores locales, incluso podemos mencionar a las tiendas que alquilan equipos de aventura, a los arrieros, a los porteadores, los museos, los sitios arqueológicos, las ANPs (áreas naturales protegidas), los paramédicos y enfermeras(os)

que acompañan en el segmento del Adulto mayor o turistas en exploraciones a espacios naturales, y tantos más.

Un ejemplo basado en hechos y casos particulares no es un tema generalizado, la excursión a MaPi. El bus desde Cusco a Ollanta, hay unidades que no cuentan con aire acondicionado, sino aire forzado, y en la noche no tienen calefacción para el retorno a Cusco. El tren turístico que cumple con lo ofrecido y al nivel de calidad esperado, puntual, pero la estación de tren poco amplia y con número de baños insuficientes, el servicio de bus de subida y bajada a al ingreso de MaPi su espacio reducido entre filas de asiento para turistas que miden más de 1,65 mts, teniendo que colocar sus piernas hacia afuera en un pasillo igualmente angosto, lo que podría afectar una situación de evacuación de la unidad.

Único servicio higiénico proporcionado por empresa privada fuera de la ciudadela de MaPi, el cobro es de S/ 2.00, la cantidad no es suficiente y la limpieza no es idónea ni permanente (para la alta frecuencia de uso que tiene).

Guía local autorizado que conoce el lugar y emplea diferentes herramientas didácticas para facilitar la interpretación del patrimonio.

Buen estado de conservación de MaPi, limpio, aunque en algunos puntos saturado, además de confusión ante la norma sobre la restricción de ingreso de bolsas plásticas, cañitas o envases de Tecnopor a la ciudadela y otras ANPs, donde algunos guías informan a sus pasajeros y otros no, o al final dentro de la ciudadela no hay observación al respecto.

Diversas opciones de alimentación en Aguas Calientes, aunque no todas justifican el precio de venta con la calidad de sus alimentos (diversidad, sazón, atención al público, otros).

Podríamos seguir citando casos solamente para una venta: FD Machu Picchu, pero como vemos, para esa sola venta hay muchos prestadores de servicios además de un atractivo involucrado donde algunos tienen performances de más calidad y otros de menos o performances que generan confusión o cuestionamiento.

14. A la pregunta ¿Cuál es el efecto de la aplicación de buenas prácticas en las agencias de viajes? Respondió: Si hablamos de las buenas prácticas en el marco del Plan Nacional de Calidad Turística, uno de los efectos que ha tenido el SABP es que se han creado círculos o grupos de agencias de viajes, de establecimientos de hospedaje y de restaurantes que están en el proceso. Estos grupos son parecidos a un “gremio” conformado por estas micro y pequeñas empresas del sector turismo que están buscando diferenciarse de su competencia, de aquellas empresas que aún siguen en la línea de la competencia por precio con la misma oferta, sin apostar por el desarrollo del talento humano y el aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación.
15. A la pregunta ¿Cuál es el impacto en los usuarios en cuanto a la mejora de los servicios en las agencias de viaje? Respondió: Cuando hay mejoras en los servicios de las agencias de viajes y servicios en general, los usuarios se benefician, así sea un cambio en el clima laboral (puede ser

el estado de ánimo, por ejemplo) que aparentemente afecta principalmente a los colaboradores internos, indirectamente ese cambio de estado anímico llegará a repercutir en el trato al cliente porque puede que influya el “lío” entre el área contable y el de ventas (que también hace atención al cliente). Si su problema disminuye, el de ventas tendrá menos razones para estar menos predispuesto a una mala atención.

Si hay mejora en la tecnología, en el manejo de datos e información, la atención e incluso emisión de documentación también puede ser más rápida y precisa.

16. A la pregunta ¿Cuál es el rol del Estado en el control de calidad de servicios en las agencias de viaje? Respondió: Entre las funciones del órgano competente para garantizar la aplicación de las disposiciones del reglamento de agencias de viajes y turismo, éste supervisa su cumplimiento y aplica las sanciones que correspondan a su incumplimiento, lo cual estaría vinculado con ciertos “estándares de calidad” (los requisitos mínimos para la prestación del servicio y el personal calificado). No obstante, aún no se cuenta con la escala de sanciones ante los incumplimientos. El Estado regula la parte de la formalidad, pero para el trabajo que se realiza del día a día hay agencias de viajes que desean certificarse y para ello toman el contacto con certificadoras privadas. Una opción sería que el SABP sea de carácter obligatorio para todos los prestadores de servicios turísticos y se convierta en una certificación.
17. ¿Cuál es la labor desempeñada por MINCETUR en cuanto a la calidad de servicio en el sector turismo? Responde: El MINCETUR establece las reglas para el establecimiento de los prestadores de servicios turísticos y define también los requisitos mínimos que se vinculan a un nivel mínimo obligatorio de calidad en relación con la formalidad, a la infraestructura y acondicionamiento o equipamiento del establecimiento. Por ello, puede sancionar cualquier incumplimiento en ese sentido, lo dispuesto en el reglamento.

Anexo 4: Ley 29408

LEY GENERAL DE TURISMO

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°.- Declaratoria de interés nacional
Declarase de interés nacional el turismo y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del país.

Los ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad.

Artículo 2°.- Objeto de la Ley
La presente Ley tiene el objeto de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres (3) niveles de gobierno: Nacional, regional y local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector.

La actividad artesanal, como parte del turismo, se rige por los principios contenidos en la presente Ley y por las disposiciones legales especiales pertinentes a esta actividad.

Artículo 3°.- Principios de la actividad turística
Son principios de la actividad turística los siguientes:

- 3.1 Desarrollo sostenible: El desarrollo del turismo debe procurar la recuperación, conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social, y el uso responsable de los recursos turísticos, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico.
- 3.2 Inclusión: El turismo promueve la incorporación económica, social, política y cultural de los grupos sociales excluidos y vulnerables, y de las personas con discapacidad de cualquier tipo que limite su desempeño y participación activa en la sociedad.
- 3.3 No discriminación: La práctica del turismo debe constituir un medio de desarrollo individual y colectivo, respetando la igualdad de género, diversidad cultural y grupos vulnerables de la población.
- 3.4 Fomento de la inversión privada: El Estado fomenta y promueve la inversión privada en turismo que contribuya a la generación de empleo, mejora de la calidad de vida de la población anfitriona y transformación de recursos turísticos en productos turísticos sostenibles.
- 3.5 Descentralización: El desarrollo del turismo es responsabilidad e involucra la participación e integración de los gobiernos regionales, municipalidades y poblaciones locales, para el beneficio directo de la población.
- 3.6 Calidad: El Estado, en coordinación con los distintos actores de la actividad turística, debe promover e incentivar la calidad de los destinos turísticos para la satisfacción de los turistas, así como acciones y mecanismos que permitan la protección de sus derechos.
- 3.7 Competitividad: El desarrollo del turismo debe realizarse promoviendo condiciones favorables para la iniciativa privada, incluyendo la inversión nacional y extranjera, de manera que posibilite la existencia de una oferta turística competitiva.
- 3.8 Comercio justo en el turismo: La actividad turística busca promover una distribución equitativa de los beneficios económicos obtenidos en favor de la población del destino turístico donde se genera.
- 3.9 Cultura turística: El Estado promueve la participación y compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística en la generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo, fomentando su conocimiento, fortalecimiento y desarrollo sostenible.

3.10 Identidad: El desarrollo del turismo contribuye a fortalecer el proceso de identidad e integración nacional, promoviendo en especial la identificación, rescate y promoción del patrimonio inmaterial con participación y beneficio de las poblaciones locales.

3.11 Conservación: El desarrollo de la actividad turística no debe afectar ni destruir las culturas vivas ni los recursos naturales, debiendo promover la conservación de estos. La actividad turística está sustentada en el rescate y revaloración de la cultura ancestral.

TÍTULO II

ORGANISMO RECTOR

Artículo 4°.- Competencia del organismo rector
Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) así como coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en materia de turismo, fomentando el desarrollo del turismo social y la implantación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo, entre otras.

Artículo 5°.- Funciones del organismo rector
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, adicionalmente a las funciones que le competen, de acuerdo a su Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, cumple en materia de turismo las siguientes:

- 5.1 Aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo en el ámbito nacional.
- 5.2 Desarrollar el producto turístico nacional a través del órgano regional competente, particularizando en cada caso las necesidades que demanden los destinos turísticos del país.
- 5.3 Coordinar, orientar y asesorar a los gobiernos regionales y locales en el desarrollo de las funciones asignadas en materia de turismo, según corresponda.
- 5.4 Expedir los lineamientos para la elaboración y actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, así como organizarlo y mantenerlo actualizado.
- 5.5 Diseñar y ejecutar planes, proyectos y programas destinados a la promoción del turismo social, en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- 5.6 Coordinar, dirigir, ejecutar y supervisar los proyectos de inversión pública de interés turístico de nivel nacional y prestar apoyo para la ejecución de proyectos turísticos a los gobiernos regionales, locales y otras entidades públicas que lo requieran.
- 5.7 Coordinar con las autoridades competentes el desarrollo de mecanismos y la aprobación de procedimientos de facilitación turística.
- 5.8 Emitir opinión técnica vinculante en materia turística respecto de los planes de uso turístico y reglamentos de uso turístico y receptivo de las áreas naturales protegidas, previa a su aprobación por parte del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).
Emitir opinión técnica vinculante respecto de los planes de manejo forestal de las concesiones para ecoturismo y de los planes de manejo complementarios para realizar actividades turísticas como actividad secundaria dentro de las concesiones forestales, como requisito previo a su aprobación por la autoridad competente. El reglamento de la presente Ley establece los plazos máximos para la emisión de la opinión vinculante indicada.
- 5.9 Fomentar el desarrollo de planes, programas, proyectos u otros similares referidos al uso turístico del patrimonio arqueológico, cultural, histórico y artístico a cargo del Instituto Nacional

de Cultura (INC), en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.

- 5.10 Aprobar la regulación ambiental de la actividad turística en el marco de lo dispuesto en la legislación ambiental nacional vigente.
- 5.11 Promover el fortalecimiento institucional en el sector turismo, fomentando los espacios de coordinación públicos y privados para la gestión y desarrollo de la actividad turística y la protección y seguridad al turista en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- 5.12 Formular los planes y estrategias nacionales de promoción del turismo interno y receptivo.
- 5.13 Coordinar con las autoridades competentes las acciones vinculadas a la elaboración de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación, en lo que respecta a su uso turístico, según lo previsto en el artículo 18° de la presente Ley.
- 5.14 Promover la formulación de normas de seguridad integral de los turistas y de acceso eficiente al sistema de administración de justicia.
- 5.15 Emitir opinión técnica respecto de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación en lo relativo a su uso turístico, como requisito previo para su aprobación.

Artículo 6°.- Funciones de los gobiernos regionales y gobiernos locales

Los gobiernos regionales en materia de turismo cumplen las funciones que prescribe la Ley núm. 27867, Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales, y las que adicionalmente delegue el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Los gobiernos locales, en materia de turismo, cumplen las funciones establecidas en la Ley núm. 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.

TÍTULO III

COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL

Artículo 7°.- Comité Consultivo de Turismo
El Comité Consultivo de Turismo, en adelante el CCT, es un órgano de coordinación con el sector privado en el ámbito del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que tiene las siguientes funciones:

- a. Formular recomendaciones sobre acciones, lineamientos de política y normas relacionadas con la actividad turística.
- b. Canalizar la comunicación entre el sector público y privado a fin de lograr una visión conjunta sobre el sector, las políticas y estrategias de desarrollo a aplicar.
- c. Emitir opinión sobre los planes, programas y proyectos que se sometan a su consideración.
- d. Proponer acciones de facilitación turística, protección y defensa del turista.
- e. Proponer su reglamento interno y modificatorias al Ministro de Comercio Exterior y Turismo para su aprobación.
- f. Otras funciones afines que se sometan a su consideración.

Artículo 8°.- Integrantes del Comité Consultivo de Turismo (CCT)

El Comité Consultivo de Turismo (CCT) está integrado por:

- a) Dos (2) representantes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, uno de los cuales es el Viceministro de Turismo, quien lo preside.
- b) Un (1) representante de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PRONPERU).
- c) Un (1) representante de cada uno de los siguientes gremios de ámbito nacional:
 - c.1 Cámara Nacional de Turismo (CANATUR).
 - c.2 Universidades e instituciones educativas vinculadas al sector turismo.
 - c.3 Colegio de Licenciados en Turismo del Perú.

c.4 Federación Nacional de Guías de Turismo del Perú (FENAGUITURP).

- d) Un (1) representante de las cámaras regionales de turismo de la zona sur del país.
- e) Un (1) representante de las cámaras regionales de turismo de la zona centro del país.
- f) Un (1) representante de las cámaras regionales de turismo de la zona noramazónica del país.
- g) Un (1) representante del Ministerio del Interior.
- h) Un (1) representante del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

A solicitud del Presidente del CCT o de un número mayoritario de sus miembros, se puede invitar a otras entidades del sector público y privado, así como a profesionales especializados y académicos, a participar en el CCT para evaluar y considerar asuntos específicos.

Artículo 9°.- Designación de los miembros del CCT

Los miembros del CCT se designan por resolución ministerial, referendada por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, a propuesta de las entidades y gremios que lo integran.

Artículo 10°.- Comité consultivo regional de turismo

Los gobiernos regionales crean un comité consultivo regional de turismo con el fin de formular recomendaciones sobre lineamientos de políticas relacionadas con la actividad turística regional; establecer canales de comunicación entre el sector público y privado para lograr una visión conjunta sobre la actividad turística regional; emitir opinión sobre los planes, programas, proyectos e inversiones regionales; proponer acciones de facilitación turística, protección y defensa del turista; y otras consultas afines que se sometan a su consideración.

TÍTULO IV

PLANEAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Artículo 11°.- Plan Estratégico Nacional de Turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprueba y actualiza el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) dentro de las políticas de Estado, como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo de largo plazo en el ámbito nacional.

Artículo 12°.- Proceso de elaboración y actualización del PENTUR

El proceso de elaboración y actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) es liderado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con la participación de los gobiernos regionales, gobiernos locales, el sector privado y la sociedad civil.

Artículo 13°.- Sistema de información turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es el ente encargado de establecer un sistema de información para la gestión del turismo que recopile, procese y difunda oportunamente la información estadística y turística de base, en el marco del Sistema Estadístico Nacional. Las entidades públicas y privadas deben facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar permanentemente el referido sistema.

Artículo 14°.- Cuenta Satélite de Turismo

La Cuenta Satélite de Turismo es un instrumento de medición económica del turismo, desarrollado sobre la base de un sistema de información estadístico sectorial, que coadyuva a la toma de decisiones del sector. Es responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo su elaboración y actualización periódica con la participación de instituciones públicas y privadas vinculadas a la actividad turística. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) facilita las labores del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo requeridas para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo.

TÍTULO V

OFERTA TURÍSTICA

CAPÍTULO I

RECURSOS TURÍSTICOS

Artículo 15°.- Inventario Nacional de Recursos Turísticos

El Inventario Nacional de Recursos Turísticos constituye una herramienta de gestión que contiene información real, ordenada y sistematizada de los recursos turísticos que identifica el potencial turístico del país, permitiendo la priorización de acciones del sector público y privado para su conversión en productos turísticos que respondan a las necesidades de los diversos segmentos de la demanda.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación intersectorial, establece los lineamientos necesarios para la elaboración y actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos; asimismo, organiza y actualiza los mismos sobre la base de la información que proporcionen los gobiernos regionales.

Artículo 16°.- Inventario Regional de Recursos Turísticos

Los gobiernos regionales, a través del órgano regional competente, elaboran y mantienen actualizado el Inventario Regional de Recursos Turísticos de su circunscripción territorial, en coordinación con los gobiernos locales, de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 17°.- Diversificación de la oferta turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación intersectorial, promueve el desarrollo e innovación de productos turísticos sostenibles, propiciando la responsable e idónea diversificación de la oferta turística nacional, integrándolos a través de corredores y circuitos de acuerdo con las exigencias del mercado nacional e internacional.

Artículo 18°.- Uso turístico de los bienes inmuebles integrantes del patrimonio cultural de la Nación

Mediante el plan de manejo o plan de uso turístico, se debe regular la utilización con fines turísticos de los bienes inmuebles integrantes del patrimonio cultural de la Nación, el mismo que es aprobado por el Instituto Nacional de Cultura (INC) o la autoridad que por ley tenga la competencia expresa sobre la conservación y gestión del bien, en coordinación y con la opinión previa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 19°.- Medidas excepcionales sobre la utilización de un recurso

Cuando la sobreutilización, desgaste, mal uso o cualquier otra situación análoga ponga en riesgo la conservación de un recurso turístico, el Estado puede dictar medidas que regulen o limiten su uso mediante decreto supremo, con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, debidamente fundamentado con los informes técnicos correspondientes.

Cuando se trate de recursos turísticos ubicados en áreas naturales protegidas de administración nacional, la propuesta es planteada por el Ministerio del Ambiente.

CAPÍTULO II

PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EN TURISMO

Artículo 20°.- Promoción de la inversión en turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo promueve la ejecución de proyectos de inversión turística de nivel nacional que coadyuvan al desarrollo económico y social del país y a la preservación del patrimonio cultural y natural, fortaleciendo la consolidación de productos turísticos sostenibles e impulsando esquemas de financiamiento mixtos que consideren inversión pública y privada de acuerdo a los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR).

Artículo 21°.- Priorización de proyectos

En el proceso de priorización de los proyectos de inversión turística, tanto en el área de infraestructura como de servicios, se puede contar con la participación de instituciones públicas y privadas, nacionales, regionales y locales y considerar como principales criterios el impacto de dichas inversiones en los objetivos de generación de empleo, descentralización, alivio de la pobreza y competitividad de la oferta turística nacional.

CAPÍTULO III

ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO PRIORITARIO

Artículo 22°.- Zonas de desarrollo turístico prioritario

Las zonas de desarrollo turístico prioritario son áreas debidamente delimitadas que cuentan con recursos turísticos variados y atractivos turísticos, siendo necesaria su gestión sostenible a través de acciones coordinadas entre el sector público y privado.

Artículo 23°.- Requisitos para la declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario

Para la declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario, se debe contar con un plan de desarrollo turístico que cumpla los siguientes requisitos:

- a) Estudio y propuesta para el desarrollo de la oferta turística.
- b) Estudio y propuesta para el desarrollo de la demanda turística.
- c) Gestión de mecanismos de financiamiento para el desarrollo de los recursos turísticos de la zona propuesta, en el corto, mediano y largo plazo.

Artículo 24°.- Declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario

Corresponde a los gobiernos regionales declarar las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional, con la finalidad de lo siguiente:

- a. Promover el ordenamiento y organización del territorio, priorizando las zonas con mayor potencial turístico.
- b. Coadyuvar al uso sostenible de los recursos turísticos de la zona.
- c. Promover la conservación de los servicios ambientales básicos, como son el hídrico; la conservación de la biodiversidad; y la captura de carbono.
- d. Impulsar el planeamiento y la gestión del turismo sostenible con la participación de todos los involucrados.
- e. Promover el desarrollo de acciones coordinadas y articuladas entre el sector público y privado, así como la generación de alianzas estratégicas para la consolidación de programas y proyectos de desarrollo turístico en la zona declarada.
- f. Desarrollar programas y proyectos que incentiven la iniciativa privada, la generación de empleo y mejora de la calidad de vida de la población asentada en la zona.

La declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario deben enmarcarse dentro de los objetivos y estrategias del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR). Para la declaración de una zona de desarrollo turístico prioritario, debe contarse con la opinión técnica favorable previa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Cuando se trate de zonas ubicadas dentro del ámbito del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE) se debe contar, además, con la opinión técnica favorable del Ministerio del Ambiente. Estas opiniones tienen carácter vinculante.

Artículo 25°.- Condiciones para la declaración y gestión sostenible de las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional

Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo establecer los requisitos y procedimientos para la declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.

Artículo 26°.- Incorporación de las zonas de desarrollo turístico prioritario en el Plan de Ordenamiento Territorial del Gobierno Regional y Local

Las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional deben ser incorporadas en lo que corresponda en las políticas nacionales de cada uno de los sectores y en el Plan de Ordenamiento Territorial Regional y Local.

CAPÍTULO IV

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Artículo 27°.- Prestadores de servicios turísticos

Son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, las que se incluyen en el Anexo núm. 1 de la presente Ley.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reglamenta en cada caso, a través de decretos supremos, los requisitos, obligaciones y responsabilidades específicas que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

Asimismo, mediante resolución ministerial, se puede ampliar la relación de prestadores de servicios turísticos incluidos en el Anexo núm. 1.

Artículo 28°.- Obligaciones generales de los prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos, en el desarrollo de sus actividades, deben cumplir las siguientes obligaciones generales:

1. Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
2. Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales, debiendo prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dichas materias.
3. Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual tomen conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.
4. Informar a los usuarios, previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.
5. Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
6. Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
7. Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.
8. Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
9. Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el Sistema de Información Turística.

Artículo 29°.- Derechos de los prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos tienen los siguientes derechos en el desarrollo de sus actividades:

1. Participar en las actividades de promoción turística organizadas por PROMPERU y por el órgano regional competente, de conformidad con la normativa vigente sobre la materia.
2. Participar en la elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) a través de sus asociaciones u órganos de representación.

3. Comunicar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo sobre situaciones o disposiciones provenientes de otros sectores que puedan afectar el desarrollo de la actividad turística.
4. Ser beneficiarios de incentivos por prácticas de turismo inclusivo y responsabilidad social.
5. Acceder en igualdad de condiciones a los proyectos de inversión turística.

Artículo 30°.- Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados según el reglamento, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los gobiernos regionales.

El órgano regional competente pone a disposición de los turistas y público en general el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de su circunscripción territorial.

TÍTULO VI

PROTECCIÓN AL TURISTA Y FACILITACIÓN TURÍSTICA

Artículo 31°.- Igualdad de derechos y condiciones de los turistas

Toda persona sea nacional o extranjera, que en calidad de turista permanezca o se desplace dentro del territorio nacional, goza de los mismos derechos y está sujeto a las mismas condiciones.

Artículo 32°.- Tarifas por concepto de visitas con fines turísticos a las áreas naturales protegidas y a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación

Las tarifas por concepto de visitas o ingresos con fines turísticos a las áreas naturales protegidas, así como a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, una vez establecidas por el órgano que resulte competente, deben ser publicadas, en el Diario Oficial El Peruano en el mes de enero más próximo, y entra en vigencia a los doce (12) meses de su publicación, es decir, en el mes de enero del año siguiente.

El establecimiento y modificación de tarifas que se efectúen sin dar cumplimiento a lo establecido en el presente artículo, no surten efecto alguno.

Artículo 33°.- Destino de las tarifas

Los recursos provenientes de las tarifas por concepto de visitas o ingresos con fines turísticos a áreas naturales protegidas así como a bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, deben ser utilizados, bajo responsabilidad, en la conservación, recuperación, mantenimiento y seguridad del patrimonio cultural y natural de la Nación.

El Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP) dispone de hasta el treinta por ciento (30%) de los recursos provenientes de las tarifas por concepto de visitas o ingresos con fines turísticos a áreas naturales protegidas pertenecientes al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE).

Artículo 34°.- Facilidades para el turismo interno

Con el objeto de promover el turismo interno, las autoridades competentes pueden establecer en determinados períodos turísticos especiales, para el ingreso a las áreas naturales protegidas o a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, las cuales deben ser comunicadas al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo o al órgano regional competente para su difusión.

Artículo 35°.- Red de Protección al Turista

Créase la Red de Protección al Turista encargada de proponer y coordinar medidas para la protección y defensa de los turistas y de sus bienes.

Son funciones de la citada Red las siguientes:

- a. Elaborar y ejecutar el plan de protección al turista.

- b. Ejecutar acciones coordinadas que garanticen la seguridad turística integral.
- c. Promover mecanismos de información, protección y asistencia a los turistas en coordinación con las autoridades competentes.
- d. Coordinar con las entidades competentes acciones para la prevención, atención y sanción de atentados, agresiones, secuestros o amenazas contra los turistas; de conformidad con la legislación vigente.
- e. Coordinar con las entidades competentes acciones para la prevención, atención y sanción de la destrucción de instalaciones turísticas, patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación vigente.
- f. Proponer normas orientadas a la protección y defensa del turista.
- g. Realizar acciones conjuntas con el sector privado para la protección y defensa del turista.
- h. Orientar y coordinar con la prensa, en especial con la prensa especializada en turismo, y demás medios de comunicación la difusión de información veraz y oportuna sobre los acontecimientos y situaciones que pueden incidir en la seguridad de los turistas.
- i. Defender al turista domesticado y ejercer su representación de oficio desde la investigación preliminar y en los procesos penales en los que resulte agravado. Su defensa es ejercida por los abogados de oficio designados por la Red de Protección al Turista.

La Red de Protección al Turista está integrada por:

- a. Un (1) representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quien la presidirá.
- b. Un (1) representante del Ministerio del Interior.
- c. Un (1) representante del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- d. Un (1) representante del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- e. Un (1) representante de la Dirección de la Policía Especializada en Turismo de la Policía Nacional del Perú.
- f. Un (1) representante de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU).
- g. Un (1) representante del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).
- h. Un (1) representante del Ministerio Público.
- i. Un (1) representante de la Defensoría del Pueblo.
- j. Tres (3) representantes del sector privado.

La Red de Protección al Turista puede convocar a otras entidades involucradas cuando lo considere conveniente. La Red de Protección al Turista cuenta con una Secretaría Técnica a cargo de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, del Viceministerio de Turismo.

El Ministro de Comercio Exterior y Turismo informa anualmente ante la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República y en ocasión del Día Mundial del Turismo, en el mes de setiembre de cada año, sobre las metas y logros de la Red de Protección al Turista, el cumplimiento y la ejecución del Plan de Protección al Turista.

Artículo 36°.- Facilitación turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo coordina con las autoridades competentes y el sector privado el desarrollo e implementación de mecanismos y la aprobación de procedimientos y directivas que permitan simplificar trámites sobre ingreso, permanencia y salida de los turistas y sus bienes, que aseguren un servicio responsable, el uso de aeropuertos, puertos y terminales terrestres nacionales e internacionales, controles fronterizos, aplicación de sistemas aduaneros, migratorios y otros que se vinculen directamente con el desarrollo de la actividad turística.

Asimismo, para el caso del ingreso y salida de turistas del país, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y el Ministerio del Interior priorizan la implementación de mecanismos y procedimientos estandarizados por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Organización

de la Aviación Civil Internacional (OACI) y la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA).

Artículo 37°.- Red de Oficinas de Información Turística

Créase la Red de Oficinas de Información Turística en el ámbito nacional en los gobiernos regionales y locales, asistidas técnicamente por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), con la finalidad de atender al turismo nacional y extranjero durante su estadía.

TÍTULO VII

FOMENTO DE LA CALIDAD Y LA CULTURA TURÍSTICA

Artículo 38°.- Calidad turística
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los gobiernos regionales y locales en materia de calidad turística impulsan las buenas prácticas, así como la estandarización y normalización en la prestación de servicios.

Artículo 39°.- Recursos humanos
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo promueve el desarrollo de una oferta turística que tenga como base recursos humanos idóneos y competentes, para cuyo efecto impulsa en materia de turismo la descentralización de la oferta educativa, el desarrollo de una oferta educativa gerencial de calidad y la profesionalización de los recursos humanos involucrados en esta actividad, promoviendo contenidos curriculares que permitan la especialización.

Artículo 40°.- Cultura turística
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en coordinación con los gobiernos regionales, los gobiernos locales y el sector privado promueve el desarrollo de programas y campañas para la implementación y mantenimiento de una cultura turística en el Perú. La inclusión de contenidos turísticos en el sistema curricular de la educación peruana constituye un instrumento fundamental para la implementación y mantenimiento de una cultura turística en el país. Para tal fin, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo coordina con el Ministerio de Educación, el Ministerio de Salud, el Ministerio del Ambiente, los gobiernos regionales, los gobiernos locales y demás entidades públicas competentes y del sector privado de turismo.

TÍTULO VIII

PROMOCIÓN DEL TURISMO

Artículo 41°.- Promoción turística
La promoción turística se realiza de acuerdo con las políticas sectoriales en materia de turismo y comprende la implementación y desarrollo de los planes estratégicos de turismo dentro de las políticas sectoriales, así como la formulación, aprobación y ejecución de planes y estrategias institucionales de promoción del país como destino turístico, tanto para el turismo interno como receptivo.

Artículo 42°.- Ejecución de los planes y estrategias de promoción del turismo

La promoción turística es ejecutada por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) en el ámbito nacional e internacional, en el marco del plan estratégico institucional, a través de diferentes herramientas y actividades de mercado y promoción que funcionen como canales de distribución del producto turístico, entre otros medios que cuenten con el respaldo técnico respectivo y permitan la difusión y posicionamiento del país como destino turístico.

TÍTULO IX

CONDUCTA DEL TURISTA Y PREVENCIÓN DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL INFANTIL Y ADOLESCENTE EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

Artículo 43°.- Conducta del turista
Los turistas nacionales y extranjeros están obligados a conducirse respetando el derecho de las personas, el

ambiente, el patrimonio cultural y natural de la Nación, así como las condiciones multibélicas de la sociedad peruana, creencias, costumbres y modos de vida de los pobladores de las localidades que visitan.
Los prestadores de servicios deben comunicar, difundir y publicar la existencia de normas sobre la prevención y sanción de la explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes, así como la prohibición del uso de estupefacientes, de acuerdo a lo estipulado en el Código Penal y normas complementarias.

Artículo 44°.- Prevención de la explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene competencia para coordinar, formular y proponer la expedición de normas que se requieran para prevenir y combatir la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo. Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo elabora y ejecuta, en coordinación con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social y los sectores involucrados, los programas y proyectos de alcance nacional vinculados a esta problemática.

Los gobiernos regionales y locales tienen la obligación de adoptar medidas de prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo, en sus respectivas circunscripciones territoriales.

TÍTULO X

TURISMO SOCIAL

Artículo 45°.- Turismo social
El turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios a través de los cuales se facilita la participación en el turismo de trabajadores, niños, jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad, adultos mayores, comunidades campesinas y nativas y otros grupos humanos que por razones físicas, económicas, sociales o culturales tienen acceso limitado a disfrutar de los atractivos y servicios turísticos.

Artículo 46°.- Programa de Turismo Social
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo coordina el diseño e implementación del Programa de Turismo Social con los organismos públicos y privados, el cual incluye la facilitación y creación de oportunidades para el disfrute de actividades turísticas a favor de los grupos poblacionales a los que se refiere el artículo 45°. Dicho Programa y su implementación se aprueban por resolución del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

TÍTULO XI

DE LOS RECURSOS HUMANOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Artículo 47°.- Política de recursos humanos para la actividad turística
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo formula los lineamientos de política que propicien el desarrollo y la mejora de las capacidades de los recursos humanos de mando básico (técnico-productivo), medio (técnico y profesional técnico) y superior (universitario y no universitario), con la finalidad de ofrecer una mejor calidad del servicio al turista en el país.

Artículo 48°.- Calificación de los recursos humanos
De acuerdo con los lineamientos de política referidos en el artículo 47°, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con el sector privado y las instituciones públicas vinculadas a la actividad turística, define los estándares de competencia laboral idóneos para satisfacer adecuadamente la demanda de los servicios turísticos del país.

Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo realiza las coordinaciones respectivas con el Ministerio de Educación y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, así como los colegios profesionales para integrar e implementar los estándares mencionados en la estructura de los programas de formación, de capacitación

y de especialización de los profesionales de mando medio y superior, así como en la certificación de competencias laborales de los recursos humanos de mando básico para la actividad turística, en concordancia con la política sectorial y los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) y el Plan de Calidad Turística (CALTUR).

Artículo 49°.- Facilidades para los viajes de estudio e investigación de estudiantes.

Las instituciones y organizaciones privadas promueven el otorgamiento de facilidades a los estudiantes de turismo, hotelería, gastronomía y afines para cumplir con sus objetivos formativos cuando desarrollen viajes de estudio e investigación debidamente acreditados, de manera que puedan tener acceso libre a los atractivos turísticos, facilidades de desplazamiento, tarifas preferenciales en alojamientos y otros servicios que puedan necesitar, previa suscripción de convenios institucionales.

Las instituciones y organizaciones públicas otorgan facilidades a los estudiantes de las carreras relacionadas al turismo para el acceso a los atractivos y servicios turísticos de su competencia.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

DISPOSICIÓN TRANSITORIA ÚNICA.- En tanto no se expidan los reglamentos a que se refiere el artículo 27° de la presente Ley, se mantienen vigentes aquellos que regulan los requisitos, obligaciones y responsabilidades que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA DISPOSICIÓN FINAL.- Modifíquese el artículo 30° de la Ley de Áreas Naturales Protegidas - Ley N° 26834, el mismo que queda redactado como sigue:

"Artículo 30°.- El desarrollo de actividades turísticas y recreativas deberá realizarse sobre la base de los correspondientes planes y reglamentos de uso turístico y recreativo, así como del Plan Maestro del Área Natural Protegida de administración nacional. En el caso de los planes y reglamentos de uso turístico éstos deberán contar con la opinión técnica vinculante del ministro de Comercio Exterior y Turismo, como requisito para su posterior aprobación por parte del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).

SEGUNDA DISPOSICIÓN FINAL.- Modifíquese el artículo 181°-A del Código Penal, el mismo que queda redactado como sigue:

"Artículo 181°-A.- Explotación sexual comercial infantil y adolescente en ámbito del turismo
El que promueve, publica, favorece o facilita la explotación sexual comercial en el ámbito del turismo, a través de cualquier medio escrito, folleto, impreso, visual, audible, electrónico, magnético o a través de Internet, con el objeto de ofrecer relaciones sexuales de carácter comercial de personas de catorce (14) y menos de dieciocho (18) años de edad será reprimido con pena privativa de libertad no menor de cuatro (4) ni mayor de ocho (8) años.
Si la víctima es menor de catorce años, el agente, será reprimido con pena privativa de la libertad no menor de seis (6) ni mayor de ocho (8) años.
El agente también será sancionado con inhabilitación conforme al artículo 36° incisos 1, 2, 4 y 5.
Será no menor de ocho (8) ni mayor de diez (10) años de pena privativa de la libertad cuando ha sido cometido por autoridad pública, sus ascendientes, maestro o persona que ha tenido a su cuidado por cualquier título a la víctima."

TERCERA DISPOSICIÓN FINAL.- Modifíquense los artículos 6° y 7° de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo, en los siguientes términos:

"Artículo 6°.- Requisitos para el ejercicio profesional
Es requisito para el ejercicio profesional del guía tener título profesional de guía de turismo o

licenciatura en turismo y estar inscrito en el Registro de Prestadores de Servicios de Turismo del órgano regional competente, conforme al Reglamento de la presente Ley.

El carné que identifica al guía de turismo es el único documento válido para ser acreditado como tal y ejercer el guidismo. Ningún organismo público o privado exigirá documentos adicionales o solicitará evaluaciones al derecho del ejercicio profesional. En el caso de los licenciados en turismo, se rigen por su propia ley.

Artículo 7°.- Actividades especializadas

Son actividades especializadas de guiado las de alta montaña, caminata, observación de aves, ecoturismo u otras análogas o no tradicionales y serán reglamentadas mediante Decreto Supremo refrendado por los Ministerios de Comercio Exterior y Turismo y de Educación.

En el caso de no contar con guías oficiales o licenciados en turismo, en determinado ámbito circunscrito, estas actividades podrán ser ejercidas por el orientador turístico en su ámbito de competencia. En los demás casos éstos podrán prestar servicios de manera conjunta."

CUARTA DISPOSICIÓN FINAL.- Deróguese la Ley N° 26961 - Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, el artículo 3°, y la Disposición Complementaria y Final Única de la Ley N° 26982, Ley que regula la protección y defensa del Turista, Ley N° 26952 que modifica la composición del Comité Consultivo de Turismo y las demás normas que se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

QUINTA DISPOSICIÓN FINAL.- El Plan de Protección al Turista a que se refiere el artículo 30° de la presente Ley deberá aprobarse dentro de los cuarenta y cinco (45) días de publicado el reglamento de la presente Ley, bajo responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

SEXTA DISPOSICIÓN FINAL.- La potestad sancionadora del Ministerio de Comercio Exterior - MINCETUR se regirá por lo dispuesto en la Ley N° 28868, respecto de los prestadores de servicios turísticos a que se refiere la presente Ley.

SÉPTIMA DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Ley será reglamentada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en un plazo máximo de ciento veinte (120) días, contados a partir de la fecha de su publicación.

Comunicase al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciséis días del mes de setiembre de dos mil nueve.

LUIS ALVA CASTRO
Presidente del Congreso de la República

MICHAEL URTECHO MEDINA
Segundo Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA.

POR TANTO

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dieciséis días del mes de setiembre del año dos mil nueve.

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

JAVIER VELASQUEZ QUESQUÉN
Presidente del Consejo de Ministros

MARTÍN PÉREZ MONTEVERDE
Ministro de Comercio Exterior y Turismo

ANEXO N° 1

RELACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Son prestadores turísticos los que realizan las actividades que se mencionan a continuación:

- Servicios de hospedaje.
- Servicios de agencias de viajes y turismo.
- Servicios de agencias operadoras de viajes y turismo.
- Servicios de transporte turístico.
- Servicios de guías de turismo.
- Servicios de organización de congresos, convenciones y eventos.
- Servicios de orientadores turísticos.
- Servicios de restaurantes, y
- Servicios de centros de turismo temal y/o similares.
- Servicios de turismo aventura, ecoturismo o similares.
- Servicios de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

ANEXO N° 2

GLOSARIO

Para efectos del desarrollo de la actividad turística, enténdase por:

- Actividad turística**
La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.
- Atractivo turístico**
Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.
- Circuitos turísticos**
Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan dentro de éstos: recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista teniendo como punto final de destino el de origen.
- Corredor turístico**
Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos, debiendo estar dotadas de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo.
- Órgano regional competente**
La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), de los gobiernos regionales o la que haga sus veces.
- Producto turístico**
Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.
- Recurso turístico**
Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.
- Turismo**
Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.

9. Turista

Cualquier persona que viaje a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se quede por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios, peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.

399138-2

Anexo 5: Decreto Supremo N° 005-2020-Mincetur

El Peruano
Órgano Oficial de la Presidencia del Consejo de Ministros

NORMAS LEGALES Jueves 14 de mayo de 2020

Oficina de Asesoría Jurídica y de la Gerencia General, y en uso de las facultades previstas por el artículo 12° del Reglamento de Organización y Funciones de la Autoridad Nacional del Agua, aprobado por Decreto Supremo N° 018-2017-MINAGRI.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobación
 Aprobar la metodología: "Índice de Calidad Ambiental de los Recursos Hídricos Superficiales (ICARHS)", que en anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Derogación
 Dejar sin efecto la Resolución Jefatural N° 068-2018-ANA, que aprobó la "Metodología del Índice de Calidad de Agua (ICA-PE)", aplicado a los cuerpos de agua continentales superficiales".

Artículo 3.- Publicación
 Disponer la publicación de la presente resolución en el Diario Oficial El Peruano, y del anexo: "Índice de Calidad Ambiental de los Recursos Hídricos Superficiales (ICARHS)" en el portal institucional de la Autoridad Nacional del Agua: www.ana.gob.pe.

Regístrese, comuníquese, y publíquese,
AMARILDO FERNÁNDEZ ESTELA
 Jefe
 Autoridad Nacional del Agua

1866338-1

COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Aprueban Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo

**DECRETO SUPREMO
 N° 005-2020-MINCETUR**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en su artículo 1 señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR es el organismo rector del sector comercio exterior y turismo; asimismo, en su artículo 5, se encuentra entre otras funciones, la de establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades turísticas, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida en el ámbito de su competencia;

Que, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, estableciendo en su artículo 27 que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas; señalando en el literal b) de su Anexo N° 1 que son prestadores turísticos los que realizan los servicios de Agencias de Viajes y Turismo;

Que, mediante Decreto Supremo N° 004-2016-MINCETUR modificado con Decretos Supremos N° 011-2017-MINCETUR y N° 006-2018-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo con el objeto de establecer las disposiciones administrativas para la adecuada prestación del servicio de las agencias de viajes y turismo que opera en el país; asimismo, señala el procedimiento para su inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados y las funciones de los Órganos Competentes en dicha materia;

Que, con Resolución Ministerial N° 233-2019-MINCETUR, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprobó el "Plan para la Formalización del Sector Turismo 2019-2021", cuyo objetivo general es fomentar la formalización y mejora de la competitividad en la prestación de los servicios turísticos, proponiendo el desarrollo de diversas actividades, entre las que se encuentra "identificar y promover las mejoras aplicables al marco normativo que obstaculicen la aplicación de las normas sectoriales";

Que, en dicho contexto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, considera necesaria la elaboración y aprobación de un nuevo reglamento que permita adecuar el ordenamiento en materia de Agencias de Viajes y Turismo;

Que, con Resolución Ministerial N° 404-2019-MINCETUR de fecha 14 de noviembre de 2019, se dispuso la publicación del Proyecto de Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, por el plazo de 30 días calendario, para conocimiento y sugerencias por parte de las entidades públicas e instituciones privadas, organizaciones de la sociedad civil, así como de las personas interesadas;

Que, culminado el plazo de recepción de las propuestas y sugerencias por parte de las entidades públicas y privadas, organizaciones de la sociedad civil, así como de las personas naturales interesadas, las mismas que fueron sistematizadas, se concluyó en un proyecto normativo final, el cual fue socializado con representantes de los gremios del Sector Turismo en reuniones de trabajo llevadas cabo los días 14 y 18 de febrero de 2020, en las que dieron su conformidad al proyecto normativo final, procediendo a suscribir el acta correspondiente;

De conformidad con el numeral 8) del artículo 118 de la Constitución Política del Perú; la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; la Ley N° 29408, Ley General de Turismo; y el Reglamento de Organización y Funciones del MINCETUR, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR y sus modificatorias;

DECRETA:

Artículo 1.- Objeto
 Aprobar el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, que consta de seis (6) Capítulos, veinticuatro (24) Artículos, diecinueve (19) Disposiciones Complementarias Finales y seis (6) Disposiciones Complementarias Transitorias.

Artículo 2.- Aprobación de Formatos
 Autorízase al Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a aprobar los formatos y demás documentos mencionados en el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, aprobado mediante el presente Decreto Supremo.

Artículo 3.- Derogación
 Deróguese el Decreto Supremo N° 004-2016-MINCETUR, que aprueba el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo y sus modificatorias.

Artículo 4.- Vigencia
 El presente Decreto Supremo entra en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

Artículo 5.- Refrendo
 El presente Decreto Supremo es refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los trece días del mes de mayo del año dos mil veinte.

MARTÍN ALBERTO VIZCARRA CORNEJO
 Presidente de la República

EDGAR M. VÁSQUEZ VELA
 Ministro de Comercio Exterior y Turismo

El Peruano Jueves 14 de mayo de 2020 **NORMAS LEGALES** **9**

REGlamento de AGENCIAS de VIAJES y TURISMO

**CAPÍTULO I
 DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1.- Objeto
 El presente reglamento tiene por objeto establecer las disposiciones administrativas que regulan a las agencias de viajes y turismo, su inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados; y las funciones del órgano competente en dicha materia.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación
 El presente reglamento es de aplicación para la Municipalidad Metropolitana de Lima, los gobiernos regionales y la persona titular de la agencia de viajes y turismo.

Artículo 3.- Definiciones y referencias
 Para los efectos del presente reglamento, se tiene en consideración las siguientes definiciones y referencias:

3.1 Definiciones:

a) Agencia de viajes y turismo: Persona natural o jurídica que realiza actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría, venta y operación de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.

b) Canales digitales: Herramientas y posibilitadores del entorno digital cuyo acceso es posible a través de Internet, que materializan la presencia en línea de la agencia de viajes y turismo, los cuales comprenden de manera enunciativa y no excluyente a la página web, las redes sociales, el correo electrónico y las aplicaciones móviles.

c) Clasificación: Forma bajo la cual la agencia de viajes y turismo desarrolla sus funciones, de acuerdo a lo establecido en el artículo 6 del presente reglamento.

d) Constancia: Documento que da cuenta de la inscripción de la agencia de viajes y turismo en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

e) Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados: Directorio que comprende únicamente a las agencias de viajes y turismo que cumplen con lo establecido en el presente reglamento. Corresponde a los gobiernos regionales mantener actualizada la información del Directorio.

f) Mayorista: Agencia de viajes y turismo que proyecta, elabora, diseña, contrata y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquetes turísticos y viajes para ser ofrecidos por otras agencias de viajes y turismo, no pudiendo ofrecerlos ni venderlos directamente al turista.

g) Minorista: Agencia de viajes y turismo que ofrece y vende directamente al turista paquetes turísticos organizados. También puede ofrecer y vender directamente al turista servicios turísticos no organizados. No opera los servicios turísticos organizados.

h) Operador de Turismo: Agencia de viajes y turismo que proyecta, elabora, diseña, contrata, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viajes y turismo del Perú y el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

i) Persona titular de la agencia de viajes y turismo: Persona natural o jurídica responsable de brindar el servicio de la agencia de viajes y turismo.

3.2 Referencias:

a) CALTUR: Se entiende que está referida al Plan Nacional de Calidad Turística del Perú.

b) Código de Conducta contra la ESNNA: Se entiende que está referida al Código de Conducta contra la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes en el ámbito del turismo para prestadores de servicios turísticos, elaborado por el MINCETUR, cuya suscripción se acredita con la firma de la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria, aprobada por el MINCETUR.

c) Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria: Se entiende que está referida a la "Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria del Código de Conducta Contra la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes (ESNNA) en el ámbito del turismo para Prestadores de Servicios Turísticos" aprobada por el MINCETUR.

d) ESNNA: Se entiende que está referida a la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes.

e) INDECOPI: Se entiende que está referida al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

f) Ley N° 28868: Se entiende que está referida a la Ley N° 28868, Ley que faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tipificar infracciones por vía reglamentaria en materia de prestación de servicios turísticos y calificación de establecimientos de hospedaje a fin de garantizar su protección e integridad.

g) Ley N° 29408: Se entiende que está referida a la Ley N° 29408, Ley General de Turismo y su modificatoria.

h) Ley N° 30802: Se entiende que está referida a la Ley N° 30802, Ley que establece condiciones para el ingreso de niñas, niños y adolescentes a establecimientos de hospedaje a fin de garantizar su protección e integridad.

i) MINCETUR: Se entiende que está referida al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

j) Reglamento de la Ley N° 28868: Se entiende que está referida al Reglamento de la Ley que faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tipificar infracciones por vía reglamentaria en materia de prestación de servicios turísticos y calificación de establecimientos de hospedaje y establece las sanciones aplicables, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2007-MINCETUR y sus modificatorias.

k) Reglamento de la Ley N° 29408: Se entiende que está referida al reglamento de la Ley General de Turismo, aprobado por Decreto Supremo N° 003-2010-MINCETUR.

l) SERNANP: Se entiende que está referida al Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado.

m) TUO de la Ley N° 27444: Se entiende que está referido al Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS.

**CAPÍTULO II
 ÓRGANO COMPETENTE**

Artículo 4.- Órgano competente
 El órgano competente para la aplicación del presente reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los gobiernos regionales o el que haga sus veces, dentro de su circunscripción territorial y ámbito de su competencia administrativa; y, en caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el órgano que ésta designe para tal efecto.

Artículo 5.- Funciones del órgano competente
 Corresponde al órgano competente las siguientes funciones:

a) Expedir la constancia de inscripción de la agencia de viajes y turismo en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

b) Llevar y mantener actualizada la información de la agencia de viajes y turismo inscrita en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, utilizando el sistema establecido por el MINCETUR.

c) Elaborar y aprobar un plan de fiscalización anual, orientado a verificar el cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento, debiendo reportar al MINCETUR, trimestralmente, su cumplimiento.

d) Ejecutar la fiscalización del cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento y aplicar las sanciones que correspondan por su incumplimiento.

e) Incluir, dentro del plan de fiscalización anual, metas de verificación obligatoria de lo dispuesto en la Ley N° 30802.

f) Promover el desarrollo de acciones de fiscalización coordinadas con los gobiernos locales y otras entidades competentes, con el fin de verificar el cumplimiento de

las disposiciones del presente reglamento, conforme lo establece el TUO de la Ley N° 27444.

g) Resolver los recursos administrativos que se interpongan contra los actos administrativos originados por la aplicación del presente reglamento.

h) Elaborar y difundir las estadísticas oficiales de alcance regional sobre agencias de viajes y turismo, observando las disposiciones del ente rector del Sistema Estadístico Nacional.

i) Remitir a la Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía del MINCETUR, o a la que haga sus veces, los resultados estadísticos sobre agencias de viajes y turismo.

j) Difundir las disposiciones del presente reglamento, así como otras normas aplicables a la agencia de viajes y turismo, en coordinación y con el apoyo de los gobiernos locales y las asociaciones representativas del Sector Turismo.

k) Coordinar y desarrollar acciones conjuntas con los gobiernos locales, y otras entidades públicas que correspondan, para el intercambio de información sobre autorizaciones, permisos y otros que sean necesarios para hacer cumplir las disposiciones del presente reglamento.

l) Desarrollar acciones para promover la formalización de los servicios de intermediación y otros que correspondan a las agencias de viajes y turismo en coordinación con los gobiernos locales y otras entidades competentes.

m) Impulsar el desarrollo de actividades, programas y proyectos orientados a promover la competitividad y calidad en la prestación del servicio de la agencia de viajes y turismo, según corresponda, considerando los objetivos y estrategias establecidas por el MINCETUR, a través del CULTUR, en coordinación con las asociaciones representativas nacionales, regionales y los gobiernos locales.

n) Promover la aplicación de programas y proyectos orientados a la implementación de la certificación de competencias laborales, de conformidad con el marco legal vigente.

o) Hacer entrega del Código de Conducta contra la ESBNA y de la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria del mencionado Código a la persona titular de la agencia de viajes y turismo, para su suscripción, en el marco de lo establecido en la Ley N° 30802.

p) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente reglamento.

q) Difundir conjuntamente con las asociaciones representativas del sector turismo las ventajas que deriven del proceso de formalización.

r) Ejercer las demás atribuciones que establezcan el presente reglamento y las disposiciones legales vigentes.

CAPÍTULO III CLASIFICACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E INSCRIPCIÓN EN EL DIRECTORIO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS CALIFICADOS

Artículo 6.- Clasificación

6.1 La agencia de viajes y turismo desarrolla sus funciones considerando la siguiente clasificación:

- a) Minorista
- b) Mayorista
- c) Operador de Turismo

6.2 Las agencias de viajes y turismo pueden desarrollar actividades que correspondan a una o más de las clasificaciones indicadas.

Artículo 7.- Actividades de las agencias de viajes y turismo

7.1 Son actividades propias de una agencia de viajes y turismo, de acuerdo a su clasificación, las siguientes:

7.1.1 Agencia de viajes y turismo minorista:

a) Brindar orientación, información y asesoría al turista acerca de programas y demás servicios turísticos, así

como sobre las condiciones para el ingreso, permanencia y salida del Perú, cuando corresponda.

b) Promocionar los servicios turísticos que presta.

c) Promocionar congresos, convenciones y otros eventos similares.

d) Proyectar, elaborar y organizar programas y demás servicios turísticos.

e) Reservar y contratar servicios turísticos.

f) Reservar y vender boletos y pasajes de cualquier medio de transporte.

g) Intermediar programas organizados y operados por otras agencias de viajes y turismo.

h) Alquilar vehículos para la prestación de los servicios turísticos, con o sin conductor.

i) Fletar servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre u otros medios de transporte.

j) Proporcionar el servicio de recepción y traslado de turistas.

k) Comercializar programas y demás servicios turísticos directamente al turista.

7.1.2 Agencia de viajes y turismo mayorista:

a) Promocionar los servicios turísticos que presta.

b) Promocionar congresos, convenciones y otros eventos similares.

c) Proyectar, elaborar y organizar programas y demás servicios turísticos.

d) Representar a agencias de viajes y turismo u otras empresas intermediarias, no domiciliadas en el país.

e) Representar empresas prestadoras de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre u otros medios de transporte, así como a otros prestadores de servicios turísticos.

f) Reservar y vender boletos y pasajes en cualquier medio de transporte para otras agencias de viajes y turismo minoristas u operador de turismo.

g) Reservar y contratar servicios turísticos.

h) Intermediar programas organizados y operados por otras agencias de viajes y turismo.

i) Alquilar vehículos para la prestación de los servicios turísticos, con o sin conductor.

j) Fletar servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre u otros medios de transporte.

k) Proporcionar el servicio de recepción y traslado de turistas.

l) Comercializar programas y demás servicios turísticos a otras agencias de viajes y turismo.

7.1.3 Agencia de viajes y turismo operador de turismo:

a) Brindar orientación, información y asesoría al turista acerca de programas y demás servicios turísticos.

b) Promocionar los servicios turísticos que presta.

c) Promocionar congresos, convenciones y otros eventos similares.

d) Proyectar, elaborar y organizar programas y demás servicios turísticos.

e) Representar a agencias de viajes y turismo u otras empresas intermediarias, no domiciliadas en el país.

f) Representar empresas prestadoras de servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre u otros medios de transporte, así como a otros prestadores de servicios turísticos.

g) Reservar y vender boletos y pasajes en cualquier medio de transporte para otras agencias de viajes y turismo minoristas, mayoristas u operador de turismo.

h) Reservar y contratar servicios turísticos.

i) Intermediar programas organizados y operados por otras agencias de viajes y turismo.

j) Alquilar vehículos para la prestación de los servicios turísticos, con o sin conductor.

k) Fletar servicios de transporte aéreo, terrestre, marítimo, fluvial o lacustre u otros medios de transporte.

l) Proporcionar el servicio de recepción y traslado de turistas.

m) Comercializar programas y demás servicios turísticos a otras agencias de viajes y turismo o al turista.

n) Operar programas y demás servicios turísticos.

7.2 Las actividades señaladas en el numeral 7.1 del presente artículo son prestadas por la agencia de viajes

y turismo sin perjuicio de la contratación directa de tales servicios por parte de los turistas con las empresas de transporte, establecimientos de hospedaje y otros prestadores de servicios turísticos.

7.3 La autorización expedida para el desarrollo de las actividades establecidas en el presente artículo, no autoriza la implementación de membresías, sorteos, premios u otros similares, los cuales deberán cumplir con las disposiciones que sobre la materia se encuentren vigentes.

Artículo 8.- Exigencia de RUC y licencia de funcionamiento

8.1 La persona titular de la agencia de viajes y turismo, para el inicio de sus actividades, debe estar inscrita en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y contar con Licencia de Funcionamiento.

8.2 Cuando la persona titular de la agencia de viajes y turismo opte por ofrecer y comercializar sus servicios exclusivamente a través de canales digitales, para el inicio de sus actividades, debe estar inscrita en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Artículo 9.- Declaración Jurada para la inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

9.1 La persona titular de la agencia de viajes y turismo, debe presentar ante el órgano competente, dentro del plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, una Declaración Jurada de cumplimiento de las condiciones mínimas señaladas en el Anexo I del presente reglamento, según formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.

9.2 La persona titular de la agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios exclusivamente a través de canales digitales, debe presentar ante el órgano competente, dentro del plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, una Declaración Jurada de cumplimiento de las condiciones mínimas señaladas en el artículo 22 del presente reglamento, según formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.

9.3 Dicha Declaración Jurada se sujeta al procedimiento de aprobación automática, quedando aprobada desde el mismo momento de su presentación, siempre que la agencia de viajes y turismo cumpla con los requisitos y entregue los documentos completos.

Artículo 10.- Procedimiento aplicable para la obtención de la constancia

10.1 El órgano competente, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles y siempre que no hubiere observaciones a la información y documentación presentada, procede a la inscripción del solicitante en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados. Asimismo, emite la constancia de inscripción de la agencia de viajes y turismo en el citado Directorio, según el formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.

10.2 La constancia se expide sin perjuicio de las acciones de fiscalización posterior del cumplimiento de las condiciones mínimas que sustentaron su expedición que debe efectuar el órgano competente.

10.3 La presentación de la solicitud para la obtención de la constancia y la expedición de la misma es gratuita.

Artículo 11.- Obligación de actualización de la información contenida en la solicitud de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

11.1 La persona titular de la agencia de viajes y turismo está obligada a presentar una nueva declaración jurada, en caso se modifique la información declarada, en un plazo no mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha en la que se produce la modificación.

11.2 El órgano competente, de ser el caso, en el plazo de cinco (5) días hábiles, expide una nueva constancia.

Artículo 12.- Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

12.1 El Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados contiene información de las agencias de viajes y turismo inscritas en él.

12.2 El Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados consigna la siguiente información:

a) Nombre completo, razón social o denominación, según corresponda.

b) Número de Registro Único de Contribuyente (RUC).

c) Número de Licencia municipal de funcionamiento, excepto para la agencia de viajes y turismo que ofrece y comercialice sus servicios exclusivamente a través de canales digitales.

d) Nombre comercial.

e) Dirección del establecimiento. En caso se trate de una agencia de viajes y turismo que ofrezca y comercialice sus servicios exclusivamente a través de canales digitales, se debe consignar la dirección de contacto para dar asistencia al turista.

f) Número de la constancia.

g) Fecha de expedición de la constancia.

h) Fecha de inicio de operaciones.

i) Clasificación.

j) Modalidades de turismo.

k) Tipo de turismo.

l) Asociación de turismo a la que pertenece, de ser el caso.

m) Calificación de calidad, sostenibilidad u otro reconocimiento especial que ostenta con referencia a su periodo de vigencia, de ser el caso.

n) Teléfono.

o) Correo electrónico, de ser el caso. En caso se trate de una agencia de viajes y turismo que ofrezca y comercialice sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, se debe precisar obligatoriamente el correo electrónico.

p) Página web, de ser el caso. En caso se trate de una agencia de viajes y turismo que ofrezca y comercialice sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, se debe precisar el tipo de canal digital que ha implementado.

q) Cuenta en las redes sociales, de ser el caso.

12.3 El contenido del Directorio se actualiza mediante la información que la persona titular de la agencia de viajes y turismo está obligada a comunicar al órgano competente.

Artículo 13.- Difusión del Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

El Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados es difundido por el órgano competente y por el MINCETUR, a nivel nacional e internacional, a través de medios adecuados tales como páginas web, aplicaciones móviles, redes sociales, boletines, publicaciones u otros similares.

CAPÍTULO IV PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Artículo 14.- La contratación de servicios

Los contratos que celebren la agencia de viajes y turismo con los turistas se rigen por las normas del Código Civil y otras que sean aplicables de conformidad con la regulación sobre la materia vigentes.

Artículo 15.- Comercialización y promoción de servicios turísticos

15.1 La comercialización y/o promoción de servicios a cargo de la agencia de viajes y turismo se realiza en los establecimientos y/o a través de los canales digitales dispuestos para ello.

15.2 Está prohibida la comercialización y/o promoción de servicios propios de las agencias de viajes y turismo en forma ambulatoria en espacios públicos como parques, plazas, plazuelas, o similares, así como en terminales terrestres, aéreos, marítimos, lacustres, áreas colindantes

de restaurantes, establecimientos de hospedaje u otras zonas de uso público.

15.3 Las municipalidades, en el marco de sus competencias, establecen disposiciones para el cumplimiento de lo establecido en el numeral 15.2 del presente artículo.

15.4 La comercialización y/o promoción de los servicios prestados por la agencia de viajes y turismo debe efectuarse haciendo mención expresa a su autorización como "Agencia de Viajes y Turismo" y al distintivo aprobado por el MINCETUR.

15.5 La agencia de viajes y turismo debe exhibir en el exterior del establecimiento, el distintivo aprobado por el MINCETUR.

15.6 La persona titular de la agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, debe exhibir en el canal digital implementado el distintivo señalado en el numeral 15.5 del presente artículo.

15.7 La denominación de "Agencia de Viajes y Turismo" y el uso del distintivo aprobado por el MINCETUR, quedan reservados, exclusivamente, a las personas naturales o jurídicas que se encuentren inscritas en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

15.8 La comercialización y/o promoción de servicios a cargo de la agencia de viajes y turismo se debe realizar observando las disposiciones sobre métodos comerciales abusivos conforme a lo señalado en el Título III del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 16.- Desarrollo de funciones por la Agencia de Viajes y Turismo constituida en el exterior

La agencia de viajes y turismo constituida en el exterior que requiera prestar sus servicios en el país, debe cumplir con todas las exigencias legales establecidas en el ordenamiento jurídico nacional, debiendo cumplir con lo señalado en los artículos 9 y 10 del presente reglamento.

Artículo 17.- Obligaciones de la persona titular de la agencia de viajes y turismo

17.1 La persona titular de la agencia de viajes y turismo, durante la prestación de sus servicios, debe cumplir las obligaciones contenidas en la Ley N° 29428 y su reglamento, normas de seguridad, salubridad y todas aquellas de carácter general aprobadas por la autoridad competente que regulen su operación; asimismo, se rige por las disposiciones del Código Civil, en lo que le sea aplicable.

17.2 Adicionalmente, la persona titular de la agencia de viajes y turismo debe cumplir las siguientes obligaciones:

- No promover e impedir la ESNNA, la trata de personas y el tráfico ilícito de migrantes.
- Denunciar ante la autoridad competente todo hecho vinculado con la explotación sexual infantil y cualquier otro ilícito penal del cual tomen conocimiento en el desarrollo de su actividad.
- Suscribir el Código de Conducta contra la ESNNA elaborado por el MINCETUR mediante la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria.
- Colocar en un lugar visible de la agencia de viajes y turismo un afiche u otro documento similar, que contenga información respecto de las disposiciones legales que sancionan penalmente las conductas vinculadas al ESNNA, de acuerdo a las características y contenido establecidos por el MINCETUR, así como las que sancionan el hecho de tener relaciones sexuales con menores de edad, sin perjuicio de otras medidas que puedan adoptar con el mismo fin.

17.3 Cuando la agencia de viajes y turismo ofrezca servicio de transporte turístico, con unidades propias o de terceros, debe cumplir en forma obligatoria con las normas emitidas por el Sector Transportes.

17.4 Cuando el servicio de canotaje turístico o turismo de aventura sea comercializado por agencias de viajes y turismo mayorista o minorista, éstas deben verificar que la agencia de viajes y turismo operador de turismo que ejecuta el servicio, cuenta con el certificado de autorización para la prestación del servicio de canotaje turístico o turismo

de aventura vigente, expedido por el órgano competente, conforme a lo señalado en el Reglamento de seguridad para la prestación del servicio turístico de aventura, aprobado mediante Decreto Supremo N° 005-2016-MINCETUR o el que haga sus veces, y en el Reglamento de canotaje turístico, aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2016-MINCETUR o el que haga sus veces.

El órgano competente puede solicitar a la agencia de viajes y turismo mayorista o minorista que comercializa el servicio de canotaje turístico o turismo de aventura, durante la acción de fiscalización o cuando lo estime conveniente, el certificado de autorización para la prestación del servicio de canotaje turístico o turismo de aventura vigente de la agencia de viajes y turismo operador de turismo, a fin de constatar el cumplimiento de lo dispuesto en el párrafo precedente.

Artículo 18.- Obligación de suscripción del Código de Conducta contra la ESNNA

18.1 La persona titular de la agencia de viajes y turismo debe suscribir el Código de Conducta contra la ESNNA elaborado por el MINCETUR mediante la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria.

18.2 El órgano competente debe remitir mediante comunicación escrita dirigida a la persona titular de la agencia de viajes y turismo, dentro del plazo de cinco (05) días de inscrito en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, dos (02) juegos originales del Código de Conducta contra la ESNNA y de la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria, para su suscripción.

18.3 La persona titular de la agencia de viajes y turismo, en el plazo de dos (02) días hábiles de recibidos los documentos señalados en el numeral 18.2 del presente artículo, debe presentar un (01) juego original suscrito ante el órgano competente.

Artículo 19.- Prestación de servicios en Áreas Naturales Protegidas

La agencia de viajes y turismo que preste servicios en Áreas Naturales Protegidas deberá cumplir además de los requisitos señalados en el presente reglamento, con los requisitos y procedimientos establecidos en la normativa específica sobre la materia.

Artículo 20.- Suspensión o culminación de actividades

20.1 En el caso de suspensión o culminación de actividades, la persona titular de la agencia de viajes y turismo, debe comunicar este hecho al órgano competente, por escrito, en un plazo no mayor de quince (15) días calendario contado a partir de la fecha de la ocurrencia de la referida suspensión o culminación.

20.2 La suspensión de actividades implica la suspensión de su inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

20.3 En el caso del cese de suspensión de actividades, la persona titular de la agencia de viajes y turismo debe comunicar este hecho al órgano competente, por escrito, en un plazo no mayor a quince (15) días calendario contados a partir de la fecha de ocurrencia del referido cese, debiendo mantener las condiciones mínimas exigidas para prestar sus servicios.

Artículo 21.- Cumplimiento de disposiciones sobre intermediación y operación de otros servicios turísticos

Cualquier prestador de servicios turísticos que pretenda desarrollar funciones de agencia de viajes y turismo debe cumplir con presentar la solicitud y la Declaración Jurada señaladas en el artículo 9 del presente reglamento.

CAPÍTULO V CANALES DIGITALES PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

Artículo 22.- Cumplimiento de condiciones mínimas

22.1 La agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales

digitales, sea de manera exclusiva o no, debe cumplir con las siguientes condiciones mínimas:

a) Ser propietario, licenciatario o administrador de canales digitales de la agencia de viajes y turismo para la oferta, promoción, comercialización y, en general, la prestación de sus servicios, los cuales deben incluir los contenidos mínimos siguientes:

- Número de teléfono, dirección y datos de contacto de la agencia de viajes y turismo como electrónico, los cuales pueden ser utilizados para asistir y/o atender y/o asesorar al consumidor.
- Número de RUC.
- Razón social o nombres y apellidos, según corresponda.
- Nombre comercial.
- Política de Protección de Datos Personales.
- Términos y Condiciones de Uso del canal digital, lo que incluye, entre otros aspectos, las políticas de cobro, cancelación y reembolso.
- Constancia de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.
- Versión digital del afiche u otro documento similar, que contenga información respecto de las disposiciones legales que sancionan penalmente las conductas vinculadas a la ESNNA, de acuerdo a las características y contenido establecidos por el MINCETUR, así como las que sancionan el hecho de tener relaciones sexuales con menores de edad, sin perjuicio de otras medidas que puedan adoptar con el mismo fin.

b) El contenido detallado en el literal a) del presente numeral debe publicarse en los canales digitales empleando un lenguaje claro, sencillo y transparente. Además, debe estar dispuesto de manera que el acceso a los mismos desde la página de inicio del canal digital sea asequible.

c) La o las personas que desempeñen la función de brindar atención directa al turista deben cumplir con una de las siguientes condiciones:

- Acreditar experiencia mínima de un (01) año en actividades turísticas y que haya llevado por lo menos un curso de técnicas de atención al cliente, en ambos casos mediante el Certificado o Constancia expedida por entidades públicas o privadas; o
- Acreditar formación académica superior o técnico-productiva en materia de turismo, mediante el Grado o Título emitido por entidades públicas o privadas, según corresponda.

22.2 El órgano competente puede solicitar a la agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, durante la acción de fiscalización o cuando lo estime conveniente, el listado de las personas que desempeñan la función de atención a sus turistas, acompañado de su hoja de vida y copia simple de las constancias o certificados que den cuenta del cumplimiento de lo señalado en el numeral 22.1 del presente artículo.

22.3 La agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, debe cumplir con implementar las siguientes medidas mínimas en los canales digitales:

- Medidas de seguridad y diligencia debida en la interfaz para compras en línea, lo que incluye las herramientas empleadas para procesar los pagos.
- Medidas técnicas de protección de los datos personales que son recabados a través del canal digital.

22.4 La agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, debe cumplir con implementar las siguientes medidas mínimas en los canales digitales:

22.5 La agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, debe cumplir con implementar las siguientes medidas mínimas en los canales digitales:

22.6 La agencia de viajes y turismo que opte por ofrecer y comercializar sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, debe cumplir con implementar las siguientes medidas mínimas en los canales digitales:

CAPÍTULO VI ASOCIACIONES REPRESENTATIVAS DEL SECTOR TURISMO

Artículo 23.- Rol de las asociaciones representativas del sector turismo

Las asociaciones representativas del sector turismo de ámbito nacional y regional, formalmente constituidas,

podrán promover acciones para facilitar la formalización del servicio de agencias de viajes y turismo; asimismo podrán colaborar con los órganos competentes en el desarrollo de acciones que coadyuven a la aplicación de las disposiciones del presente reglamento, con prioridad en las siguientes materias:

- Difusión de las disposiciones contenidas en el presente reglamento.
- Difusión de las ventajas que derivan del proceso de formalización.
- Facilitar información relevante para lograr una mayor eficiencia en las acciones de fiscalización y, cuando corresponda, asistir en las mismas en calidad de veedores.
- Otras acciones que sean necesarias para la mejor aplicación y cumplimiento del presente reglamento.

Artículo 24.- Implementación de mecanismos de protección de clientes

Las asociaciones representativas del sector turismo de ámbito nacional y regional promoverán el desarrollo de mecanismos financieros que garanticen, ante el turista, el cumplimiento de las obligaciones contraídas por sus asociados.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera.- Aplicación supletoria

En todo lo no establecido en el presente reglamento, resulta aplicable el TUO de la Ley N° 27444, la Ley N° 29408 y su Reglamento, la Ley N° 28868 y su Reglamento, y el Código Civil.

Segunda.- Acciones de fiscalización

El órgano competente se encuentra facultado a realizar acciones de fiscalización con o sin previa notificación a la agencia de viajes y turismo, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente reglamento. Dichas acciones se realizan conforme a las normas establecidas en el TUO de la Ley N° 27444.

Tercera.- Encargo de gestión de la actividad fiscalizadora

El órgano competente, conforme a lo previsto en el TUO de la Ley N° 27444, puede celebrar, por razones de eficacia y economía, convenios de encargos de gestión con los gobiernos locales para optimizar las acciones de supervisión del cumplimiento de las condiciones mínimas establecidas en el presente reglamento.

Cuarta.- Cumplimiento de disposiciones señaladas en la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo, y su reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2010-MINCETUR

Cuando las agencias de viajes y turismo brinden el servicio de guiado de turismo, deben cumplir con las disposiciones de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo, su reglamento y demás normas complementarias. En caso opere el servicio de canotaje turístico, turismo de aventura u otra actividad, debe cumplir con las disposiciones establecidas en los reglamentos de tales prestadores de servicios turísticos.

Quinta.- Cumplimiento de disposiciones sobre seguridad y accesibilidad para personas con discapacidad

La agencia de viajes y turismo debe cumplir con las disposiciones sobre seguridad y accesibilidad para personas con discapacidad contenidas en la Ley General de la Persona con Discapacidad, Ley N° 29973, su reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 002-2014-MIMP, y en el Reglamento Nacional de Edificaciones, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2006-VIVIENDA.

Sexta.- Cumplimiento de disposiciones sobre protección al consumidor

La agencia de viajes y turismo debe cumplir con las disposiciones referidas al Libro de Reclamaciones y

todas aquellas establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. La verificación de su cumplimiento está a cargo del INDECOPI, o de la entidad que haga sus veces.

Sétima.- Cumplimiento de autorizaciones de los gobiernos locales

El otorgamiento de la constancia de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados no exige a la persona titular de la agencia de viajes y turismo a solicitar las autorizaciones para la edificación y funcionamiento de su establecimiento, otorgadas por el gobierno local competente, según corresponda.

Octava.- Relaciones de coordinación

Respecto a la aplicación del presente reglamento, el MINCETUR dentro del ejercicio de su autonomía y competencias, mantiene relaciones de coordinación, cooperación y apoyo mutuo, en forma permanente y continua con los gobiernos regionales y locales.

Novena.- Mejora continua en la prestación de los servicios turísticos

El MINCETUR, el órgano competente y los gobiernos locales, en el marco de sus respectivas competencias, pueden establecer acciones que promuevan la mejora continua de la prestación de los servicios turísticos y su distinción en el mercado de la agencia de viajes y turismo inscrita en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.

Décima.- Eliminación de Barreras Burocráticas

El MINCETUR, como ente rector en materia de turismo, está facultado a interponer acciones ante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del INDECOPI, de conformidad con lo previsto en el Decreto Legislativo N° 1256, cuando tome conocimiento de la existencia de barreras burocráticas ilegales y/o carentes de razonabilidad que restrinjan o obstaculicen el acceso o la permanencia de las agencias de viajes y turismo en el mercado y/o que constituyan incumplimiento de las normas y/o principios que garantizan la simplificación administrativa.

Décimo Primera.- Infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor, represión de conductas anticompetitivas, competencia desleal y de publicidad

Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor, represión de conductas anticompetitivas y competencia desleal entre los agentes económicos, en el marco de la prestación de servicios de agencias de viajes y turismo, son atendidas y resueltas por el INDECOPI de acuerdo a su competencia.

Décimo Segunda.- Acciones en caso de incumplimiento

Cuando el órgano competente verifique el incumplimiento de normas de higiene; salubridad; seguridad; habitabilidad; seguridad y accesibilidad para discapacitados; protección al consumidor; autorizaciones de los gobiernos locales; explotación sexual de niños, niñas y adolescentes; trata de personas y tráfico ilícito de migrantes; y actividad de explotación de juegos de casino y máquinas tragamonedas, debe comunicarlo a la autoridad competente en cada materia, para el inicio del procedimiento administrativo correspondiente.

Décimo Tercera.- Encuesta mensual

La agencia de viajes y turismo que opere en el país está obligada a presentar la encuesta mensual y encuesta económica anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.

Décimo Cuarta.- Datos personales

El tratamiento de datos personales se somete a lo dispuesto en la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales, y a su reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2013-JUS.

Décimo Quinta.- Obligación de comunicar las acciones efectuadas en el marco de lo dispuesto por la Ley N° 30682

Los órganos competentes deben remitir a la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República, al Ministerio Público y al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dentro de los primeros quince (15) días del mes de enero de cada año, un informe sobre las acciones efectuadas en sus respectivas áreas en el marco de lo dispuesto por la Ley N° 30682.

Décimo Sexta.- Efectos de cancelación de la autorización sectorial

La cancelación de la autorización sectorial debe ser comunicada a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, así como a la municipalidad correspondiente para que en un plazo de cuarenta y ocho (48) horas de recibida la comunicación proceda a la cancelación de la licencia de funcionamiento otorgada, conforme lo señalado en la Ley N° 30682.

Décimo Séptima.- Infracciones y sanciones aplicables

Mediante Decreto Supremo, refundado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en un plazo de noventa (90) días posteriores a la entrada en vigencia del presente reglamento, se tipifica las infracciones en las que incurra la agencia de viajes y turismo por el incumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente reglamento, y establece las sanciones aplicables.

Décimo octava.- Distintivo de las agencias de viajes y turismo inscritas en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

Mediante Resolución Ministerial, expedida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en un plazo de noventa (90) días posteriores a la entrada en vigencia del presente reglamento, se aprueba el distintivo para la identificación de las agencias de viajes y turismo, según su clasificación, inscritas en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, el cual debe ser utilizado por las agencias de viajes y turismo en cualquier medio de publicidad de sus servicios, sean físicos o digitales.

Décimo Novena.- Acciones penales iniciadas por el órgano competente

El órgano competente está facultado para iniciar las acciones penales ante los órganos correspondientes cuando la agencia de viajes y turismo, durante la prestación de sus servicios, atente contra la vida, el cuerpo y la salud del turista.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS

Primera.- Plazo de adecuación de la agencia de viajes y turismo que ofrezca y comercialice sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no

La agencia de viajes y turismo que ofrezca y comercialice sus servicios a través de canales digitales, sea de manera exclusiva o no, y que se encuentre operando a la entrada en vigencia del presente reglamento, debe adecuarse a las disposiciones señaladas en el presente reglamento, dentro del plazo que vence el 31 de diciembre de 2021, para lo cual debe de cumplir con presentar la Solicitud de inscripción en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados prevista en el numeral 9.2 del artículo 9 del presente reglamento.

Segunda.- Plazo de adecuación de la agencia de viajes y turismo que se encuentren operando

La agencia de viajes y turismo que se inscribió en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados conforme al D.S. N° 026-2004-MINCETUR, pero que no cumplió con el plazo de adecuación señalado en la Primera Disposición Complementaria Transitoria del D.S. N° 004-2016-MINCETUR, debe adecuarse a las disposiciones del presente reglamento dentro del plazo

- c) Teléfono.
- d) Equipo de impresora y escáner.

C. Condiciones mínimas de personal calificado (1)

1. La o las personas que desempeñen la función de brindar atención directa al turista deben cumplir con una de las siguientes condiciones:

- a) Acreditar experiencia mínima de un (01) año en actividades turísticas y que haya llevado por lo menos un curso de técnicas de atención al cliente, en ambos casos mediante el Certificado o Constancia expedida por entidades públicas o privadas; o
- b) Acreditar formación académica superior o técnico-productiva en materia de turismo, mediante el Grado o Título emitido por entidades públicas o privadas, según corresponda.

2. El personal calificado que se dedique a brindar atención directa al turista, debe estar identificado señalando su nombre y cargo, mediante la placa respectiva u otro medio que permita su fácil identificación por los turistas.

(1) El órgano competente puede solicitar a la agencia de viajes y turismo, durante la acción de fiscalización o cuando lo estime conveniente, el listado de las personas que desempeñan la función de atención a sus turistas, acompañado de su hoja de vida y copia simple de las constancias o certificados que den cuenta del cumplimiento de lo señalado en el presente literal.

1866352-4

ECONOMIA Y FINANZAS

Modifican de manera excepcional para el año fiscal 2020 los plazos establecidos en los numerales 7.2 del artículo 7, 8.2 del artículo 8, en el literal b) del artículo 10 y en el numeral 11.2 del artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1275

RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 153-2020-EF/15

Lima, 13 de mayo de 2020

CONSIDERANDO:

Que, mediante el Decreto Legislativo N° 1275 se aprueba el Marco de la Responsabilidad y Transparencia Fiscal de los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales;

Que, el artículo 34 de la Ley N° 30680, Ley que aprueba medidas para dinamizar la ejecución del gasto público y establece otras disposiciones, señala que el Ministerio de Economía y Finanzas, mediante resolución ministerial, modifica los plazos establecidos en los numerales 7.2 del artículo 7, 8.2 del artículo 8, en el literal b) del artículo 10 y en el numeral 11.2 del artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1275;

Que, mediante Decreto Supremo N° 008-2020-SA se declara la Emergencia Sanitaria a nivel nacional, por el plazo de noventa (90) días calendario, y dicta medidas de prevención y control del COVID-19, estableciendo medidas para reducir su impacto negativo en la población ante la existencia de situaciones de riesgo elevado para la salud y la vida de los pobladores, así como mejorar las condiciones sanitarias y la calidad de vida de los mismos;

Que, mediante Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, precisado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM y N° 046-2020-PCM, se declara el Estado de Emergencia Nacional por el plazo de quince (15) días calendario, y se dispone el aislamiento social obligatorio (cuarentena), así como medidas para el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito, por las graves circunstancias que afectan la

Tercera.- Aplicación normativa del Decreto Supremo N° 004-2016-MINCETUR

La agencia de viajes y turismo que se encuentre en funcionamiento a la fecha de promulgación del presente reglamento y cumplió con inscribirse en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados conforme a lo señalado en el artículo 9 del D.S. N° 004-2016-MINCETUR, puede seguir prestando sus servicios, siempre que cumpla las condiciones mínimas que fueron sustentadas en la referida inscripción.

Cuarta.- Órgano competente en Lima Metropolitana

Las funciones establecidas en el artículo 5 del presente reglamento son ejercidas por la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, en Lima Metropolitana, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima cumpla con los requisitos y procedimientos para la transferencia de funciones en materia de turismo, de conformidad con las normas sobre descentralización vigentes.

Quinta.- Plazo para la suscripción del Código de Conducta contra la Explotación Sexual de Niños, Niños y Adolescentes en el ámbito del turismo para prestadores de servicios turísticos

La agencia de viajes y turismo que se encuentre operando a la entrada en vigencia del presente reglamento deben suscribir el Código de Conducta contra la Explotación Sexual de Niños, Niños y Adolescentes (ESNNA) en el ámbito del turismo para prestadores de servicios turísticos, referido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Ley N° 30682, hasta el 31 de diciembre de 2019, mediante la Declaración Jurada de Suscripción Obligatoria aprobada por el MINCETUR.

Sexta.- Procedimientos administrativos sancionadores iniciados

Los procedimientos administrativos sancionadores iniciados antes de la entrada en vigencia del presente reglamento, deben realizarse de acuerdo a las disposiciones establecidas en el artículo 15 del Decreto Supremo N° 007-2007-MINCETUR, que aprobó el Reglamento de la "Ley que faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tipificar infracciones por vía reglamentaria en materia de prestación de servicios turísticos y la calificación de establecimientos de hospedaje y establece las sanciones aplicables" - Ley N° 28958, modificado por el Decreto Supremo N° 006-2018-MINCETUR.

ANEXO I CONDICIONES MÍNIMAS PARA AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

A. Condiciones mínimas de infraestructura

1. Contar con una oficina administrativa, que debe reunir las características siguientes:

- a) Local de libre acceso al público para atender al turista y dedicado a prestar de manera exclusiva el servicio de agencia de viajes y turismo.
- b) Independizada de los locales de negocio colindantes.

B. Condiciones mínimas de equipamiento

1. La oficina administrativa debe contar con el siguiente equipamiento:

- a) Equipo de cómputo.
- b) Conexión a Internet y correo electrónico.

