



**NOMBRE :MARCO CHICAIZA**

**PARALELO: “L”**



2014

***Lección 1***

Aspectos generales

Que es calidad

De acuerdo a las normas ISO, “la calidad es el conjunto de características que le confieren al producto los atributos necesarios para satisfacer necesidades implícitas y expresadas”

La preocupación por la calidad se debió a que no solo se convirtió en uno de los requisitos primordiales de los productos o servicios sino que paso sino que paso a ser un factor estratégico para que muchas empresas mantengan su posición en el mercado , así como coadyuvaran a su supervivencia.

¿Qué es calidad de servicio turístico

Las investigaciones de calidad estuvieron por mucho tiempo dirigidas a las características de los productos (aspectos tangibles); la evolución de este concepto lleva al desarrollo de conceptos de calidad, dirigido a empresas que proveen servicios como es el caso de las empresas turísticas.

Parasuraman (1988) desarrollo un modelo conceptual de la calidad del servicio y un instrumento de medida que identificaron como SERVQUAL (SERVice QUALity).

Este modelo propone que la calidad de servicio se puede estimar a partir de 5 dimensiones en la percepción de los usuarios sobre la calidad:

* Tangibilidad
* Fiabilidad
* Capacidad de respuesta
* Seguridad
* Empatía

**Elementos tangibles o visibles**

Se refiere a la presentación o apariencia física del vehículo, del conductor y de los equipos que dispone el taxi.

**Fiabilidad u honestidad**

Capacidad de la empresa o persona natural dedicada al transporte de taxi para ejecutar el servicio de forma confiable, cuidadosa y al precio justo.

**Capacidad de respuesta**

Alude a la disposición de ayudar a los clientes para proveerlos de un servicio rápido, así como la capacidad de resolver problemas.

**Seguridad**

Conocimientos, destreza y prudencia mostrando en la atención al cliente, inspirando en esta confianza y credibilidad.

**Empatía**

Cordialidad y respeto mostrados al cliente desde el primer momento de servicio.

En el presente modulo usaremos para la cadena de servicio o secuencia de servicio un esquema lógico operativo , donde se identifican etapas y para cada una de ellas se definirán criterios de calidad que serán tratados a detalle .

Para la aplicación de estos criterios , partimos del principio de que las dimensiones de la calidad tienen variables que miden cosas objetivas (las que se perciben) más que subjetivas (las que se imaginan),por tanto pueden ser aplicados en todo tipo de empresa o personas que brindan el servicio .

**GESTION DE LA CALIDAD**

CADENA O SECUENCIA DEL SERVICIO

La gestión de la calidad es la función que realiza el conductor del taxi o la empresa (la gerencia o dirección) para determinar y aplicar la política de calidad dentro de su organización. Para tal fin se requiere el compromiso y participación de todos los miembros de la empresa, obviamente, recayendo la responsabilidad de la gestión, en la gerencia o dirección de la misma.

E n el caso del taxista que conduce su propio vehículo, también deberá tener trazada una política de calidad y será el mismo el que gestione su aplicación en la rutina diaria de su trabajo.

Para que una empresa brinde servicios de calidad, es importante que estos partan de la dirección , donde el compromiso y la asignación de recursos (humanos , financieros , etc.) son los principales indicadores .

**POLITICA DE CALIDAD**

Es la planificación que debemos hacer para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, siendo el punto principal la mejora continua en el servicio a través de una buena organización administrativa, mantenimiento de los vehículos e infraestructura y capacitación de los conductores; todo ello con el propósito de brindar servicios oportunos, predecibles y confiables dentro del marco legal establecido, a fin de contribuir a generar bienestar para todos .

Motivo por el cual debemos:

1. Crear un clima favorable de trabajo.
2. Fijar objetivos a corto, mediano y largo plazo.
3. Mejorar la comunicación y coordinación de las aéreas que componen nuestra estructura empresarial.
4. Escuchar y tomar en cuenta las opiniones de nuestros clientes con referencia al servicio prestado.
5. Recordar que nuestra organización depende de nuestros clientes y por tanto debemos de comprender sus necesidades y satisfacerlas.
6. Ser confiables y oportunos.
7. Garantizar la seguridad de nuestros clientes mientras estos se encuentren bajo nuestro cargo.

La política de calidad, son las orientaciones y objetivos generales de una empresa en relación con la calidad y son expresados formalmente por la gerencia, a traves de una declaración (documento).

**Modelo de Política de Calidad**

**POLITICA DE CALIDAD DE LA EMPRESA DE SERVICIO DE TAXI “xx”**

Nuestra política de calidad se manifiesta mediante nuestro firme compromiso con los CLIENTES de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas; para ello garantizamos impulsar una cultura de calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo solidario, compromiso de mejora y seguridad en nuestras operaciones.

Alineados con ello, establecemos los siguientes objetivos:

* Capacitarnos permanentemente.
* Conocer el nivel de satisfacción y las necesidades de nuestro cliente.
* Evaluar la eficacia de nuestros procesos de trabajo.
* Experimentar acciones para prevenir y eliminar las causas q originan desviaciones de los requisitos establecidos.
* Involucrarnos en la mejora continua y el trabajo en equipo.
* Asumir que la satisfacción de nuestros clientes nos concierne a todos los que somos parte de la empresa.

**INDICADORES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Los indicadores aplicables a la actividad de servicio de taxi, son aquellos que miden la satisfacción de los clientes (ejemplo: número de reclamaciones, número de clientes que utilizan el servicio, etc.).

Estos indicadores son los reales evaluadores de la empresa o vehículo por que están basados en la satisfacción de los clientes.

Estos indicadores se obtienen preguntando a los consumidores habituales sobre lo que opinan del servicio recibido, mediante la utilización de cuestionarios. Su aplicación correcta es una fuente de información, que es considerada útil para tomar decisiones tanto para el conductor como para la organización.

La aplicación del cuestionario sirve para:

* Observar la evolución que sufre la calidad del servicio a lo largo del tiempo .
* Comparar la situación de la empresa con la de sus principales competidores.
* Segmentar a los clientes en función de cómo valora la calidad recibida.
* Evaluar las percepciones sobre la calidad del servicio.

En caso de servicios que se realizan a clientes turistas, naturalmente no se justifica que se realice la encuesta, pero si tiene la posibilidad pregúntele sobre el servicio recibido.

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE**

Son los siguientes:

1. Comunicación “boca a boca”:es la opinión que recibió el cliente del servicio prestado a un cliente potencial.
2. Necesidad personal: son las necesidades y circunstancias personales del cliente.
3. Experiencias anteriores: la satisfacción o la insatisfacción que un cliente haya experimentado anteriormente usando el servicio, lo predispondrá sobre lo que espera del nuevo servicio.

**EL TAXI**

El taxi es el automóvil de alquiler con conductor “taxista” que se utiliza en el servicio público de transporte de pasajeros, cuya finalidad es trasladar una o más personas, que en forma personal o conjunta contratan el servicio en general realizan trayectos cortos o medios dentro de la ciudad. A diferencia de los otros tipos de transporte público ciudadano, el servicio ofrecido por el taxi se caracteriza por ser de puerta a puerta.

El proveedor del servicio de taxi tiene 100%, de responsabilidad puesto que es el directo ejecutor del servicio.

**CARACTERISTICAS DEL SERVICIO**

Una empresa o persona natural dedicada al servicio de taxi que pretenda alcanzar altos niveles de calidad, debe prestar una especial atención a los atributos que se fijan los clientes para juzgarle.

La literatura se refiere a estos atributos con el termino de “dimensiones” y con su conocimiento, la empresa o persona dispondrá de información relevante que le indique que aspectos debe centrar los esfuerzos para que sean apreciados.

***LECCION 2***

***CRITERIOS DE CALIDAD EN RELACION A LAS DIFERENTES ETAPAS DEL SERVICIO***

**PRIMERA ETAPA : LA RECEPCION AL CLIENTE**

1. LA PRIMERA IMPRESIÓN

* Para lograr una buena impresión y buena relación con el cliente se debe actuar con amabilidad y deseo de servir.
* Salude amablemente y pronuncie con claridad las palabras; evite el saludo entre dientes, apagado y sin entusiasmo (saludo, despedida y agradecimiento).
* Salude mirando al interlocutor siempre con una sonrisa.
* No olvidar que el conductor debe saludar primero antes que el cliente, el que deberá ser en términos correctos (ejemplo.” buenos días señor, señora o señorita”), nunca con expresión “hola”.
* Ayude a acomodar las pertenecías del cliente al abordar el vehículo y ayude a descenderlas cuando haya concluido el servicio de taxi.
* Abra las puertas del vehículo para que aborde el cliente.
* Pregunte al cliente si esta cómodo.
* Pida permiso al cliente para realizar cualquier acción en el vehículo durante el trayecto: calefacción, aire acondicionado, música.
* El conductor de taxi destinado al servicio turístico debe tener el conocimiento básico de algún idioma extranjero, como mínimo ingles.

**INDENTIFICACION DEL VEHICULO**

1. Color

**Taxis convencionales.-**  de color amarillo, integro en todo el vehículo con las siguientes excepciones y aclaraciones: elementos como manijas, espejos retrovisores exteriores, marcos de ventanas y parabrisas, otros de tamaño menor.

**Taxi ejecutivo.-** se diferencia del convencional por la colocación de una franja de color negro con su texto en color blanco con la leyenda ejecutivo.

1. **Rotulación**

Todos los rótulos, sean internos o externos de cualquier índole , deben estar escritos de forma clara , concisa, en letras mayúsculas y en idioma español.

1. **Adhesivos**

Los adhesivos que contienen el numero de habilitación del organismo cooperante correspondiente se colocaron centrados y visibles en las puertas laterales delanteros.

1. **logotipo**

el logotipo de la compañía ,empresa y/o cooperativa deberá ser ubicado en la parte central de cada una de las puertas posteriores.

1. No está permitida la colocación de sellos o adhesivos adicionales sobre la carrocería, parabrisas, ventanas y pantallas protectoras de las luces del vehículo.
2. se permite un rotulo referido al puesto del estacionamiento, trabajo o servicio especial únicamente en los extremos laterales posteriores de la carrocería, siempre y cuando el espacio lo permita.
3. Colocar en el techo del vehículo un casquete (letrero) de forma transversal que tenga la inscripción visible de “TAXI”, en letras negras y fondo blanco.
4. En la parte posterior central del asiento delantero se colocara la identificación y fotografía del conductor, matricula del vehículo, numero de taxímetro, nombre de la operadora de transporte.
5. El rotulo de la identificación de la placa deberá ir colocado en el techo del vehículo.
6. El vehículo no podrá tener ninguna de las ventanas laterales o posteriores ni los parabrisas.
7. Cuando se trate del servicio de taxi a través de una empresa, os vehículos deberán colocar en el exterior de las puertas laterales el nombre o razón social de la empresa a la cual pertenecen.
8. Las empresas que realicen el servicio de taxi deberán obligatoriamente en cada unidad de vehicular con equipos de comunicación que permitan su intercomunicación con los conductores de otras unidades vehiculares y con las oficinas del transportista.
9. Se sugiere colocar un letrero en el lado derecho de parabrisas delantero con la anotación “libre” u “ocupado”, con la finalidad de facilitar a los usuarios el acceso al servicio.

***LECCION 4***

**SEGUNDA ETAPA: LA PRESENTACION DEL SERVICIO**

**INGRESO DEL VEHICULO**

* Salude al cliente amablemente y pregunte a donde se dirige.
* Las ventanillas deben permanecer siempre cerradas cuando suba el cliente a la unidad vehicular y solicitar el consentimiento del pasajero para abrirlas.
* Mantenga el radio, CD, mp3 apagado. en caso de utilizarlos, disponer de música suave, con un volumen moderado y prioritariamente que sea música cuyo efecto provoque una sensación de tranquilidad, relajación y neutra en el pasajero.
* Nunca se debe tener sintonizadas las transmisiones deportivas deportivas o programas cuyos contenidos pueden predisponer negativamente el ánimo del cliente.
* Pida siempre la opinión del cliente para poner música, radio o un tipo determinado programa.
* Si se tiene a clientes a dos o más personas, entre ellos establecen una conversación, usted no debe intervenir en ella a menos que lo pidan.

**EL TRATO DEL CONDUCTOR**

Se refiere a la percepción de confianza y cumplimiento de promesa que experimenta el cliente con respecto al conductor. Esto es con referencia a la hora, calidad del servicio y precio pactado.

En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio, por lo que el cumplimiento de la promesa determinará que el cliente vuelva a solicitar el servicio.

La confianza que inspira el conductor, se refleja en los modales y expresiones hacia el usuario. Evitemos hacer gestos innecesarios, que demuestren falta de educación.

**CUIDADO PERSONAL DEL CONDUCTOR**

* La limpieza y aseo personal son de mucha importancia y debe mantenerse desde el inicio hasta el fin de jornada de trabajo.
* El conductor debe asearse diariamente, tomar un baño diario, afeitarse y tener el cabello bien arreglado (de preferencia corto), las uñas recortadas y limpias.
* La vestimenta deberá ser cómoda y funcional, procurando una imagen cuidad.
* No olvide que debe mostrarse lo más arreglando posible no solo por los clientes sino para el bienestar propio.
* Utilice ropa adecuada de acuerdo a la temporada, por ejemplo camisa (planchada)y chompa, camisa y chaleco pantalones limpios y planchados y calzado bien lustrado .
* Evite utilizar durante el servicio gorros, sombreros, entre otro.

**LIMPIEZA Y CUIDADO DEL VEHICULO**

* La decoración interior del vehículo debe ser simple y elegante. Evite la utilización de fundas de muchos colores así como stikers, figuras o adornos de artesanías en exceso.
* Mantenga limpio el interior del vehículo limpio y en perfectas condiciones.
* La limpieza debe realizarse de forma diarias, de preferencia utilice una aspiradora o un escobillón, franelas, detergentes o algún otro artículo de limpieza para vehículos.
* También es recomendable la utilización de fundas en los cabezales de los asientos, las que deben ser de color claro y lavarse diariamente, para lo que se contara por lo menos con dos juegos.
* Se puede utilizar ambientador discreto para el interior, evite los olores fuertes.
* La maletera debe estar y desocupada para poder colocar el equipaje y/o pertenencias de los usuarios.

**FUNCIONAMIENTO DEL VEHICULO**

* El vehículo debe estar en perfectas condiciones de funcionamiento.
* Verifique el nivel de aceite, agua del radiador, agua para el parabrisas, niveles de aire en las llantas, herramientas y llanta de repuesto así como los accesorios de primeros auxilios que incluyen botiquín, extintor, triángulos de seguridad, linterna, etc.
* Confirme también el estado de las luces tanto delanteras como posteriores, el funcionamiento de plumilla limpia parabrisas, los espejos retrovisores tanto exteriores como interiores y revisar el estado de mantenimiento de los cinturones de seguridad.
* El vehículo debe contar con la autorización correspondiente. Tramite que debe efectuarse en la unidad administrativa provincial de su jurisdicción.

**CONVERSACION DEL CONDUCTOR**

* si la conversación la inicia el cliente, debe usted continuar con el dialogo.
* Mantenga el dialogo evitando contradecir al pasajero o dar lugar a discusión, en lo posible hágale ver que tiene razón.
* Muéstrese lo mas neutral posible, hay que ser complaciente y tolerante con el cliente.
* Evite temas polémicos como: política, religión y deportes porque puede resultar agresivo para uno de los interlocutores.
* No abrume con su opinión y conversación al pasajero.
* No monopolice la conversación deje hablar y dar su opinión al cliente, que sea quien lleve el peso de la conversación.
* El taxista que inicia la conversación, haga referencia a lugares comunes (plazas, mercados parques, sitios turísticos), o al clima en sentido positivo: “el día está despejado esperemos que no llueva más tarde, etc.
* Si el cliente es reservado, usted debe hablar solo lo necesario y de vez en cuando.
* Si el cliente es hablador, siga la conversación
* Su conversación debe ser clara y pausada, ya que la rapidez es un signo de impaciencia agitación incluso mal humor. pronuncie bien las palabras.
* Preste atención a las interferencias y no hable cuando haya ruidos externos.
* Ante todo sonría.
* Sea expresivo es recomendable y conveniente hacer ejercicios de gestuales ante el espejo para practicar.
* Controle la respiración. La aceleración de la misma es signo de angustia y nerviosismo.
* No emplee expresiones dudosas ni jergas.
* Para crear una atmosfera de sinceridad hay que manifestarse con espontaneidad, poniendo énfasis especial en lo que se dice y evitando cualquier pedantería y exageración.

**SEGURIDAD**

* Es el conjunto de conocimientos destreza y prudencia mostradas en la atención al cliente, inspirando en esta confianza y credibilidad.
* El cliente califica que tan competente y seguro es el conductor para atenderlo correctamente; si es cortes, si conoce servicios que brinda, si domínalas condiciones de su trabajo, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que le soliciten un informe u orientación.
* No recomiende un lugar para comprar o para consumir alimentos o bebidas solo por la “comisión” que pueda percibir , sino que sea por la calidad de servicio que preste el establecimiento.
* Un cliente que se mal atendido o engañado en la compra que hizo , manifestara su malestar en su entorno y se llevara una pésima imagen de nuestra cuidad generando comentarios adversos.
* Por normas de seguridad nunca se debe abastecer de combustibles cuando se está brindando el servicio.
* No hable por el celular mientras conduce. respete las normas de transito.
* Un buen conductor no es aquel que con maniobras bruscas y temeraria adelanta a los demás vehículos sino el que hace sentir seguro confortable, sin riesgo de su integridad.

***Lección 4***

**EL PAGO POR SERVICIO Y DESPEDIDA DEL CLIENTE**

**TERCERA ETAPA: EL PAGO POR EL SERVICIO**

* Es recomendable que el precio sea establecido antes de efectuar el servicio.
* En el momento del pago cuente con un sencillo (sueltos) para efectuar el cambio o vuelto.
* Se recomienda consultar al cliente si cuenta con sueltos o billete para realizar el pago.
* El precio debe estar establecido de acuerdo al mercado de servicio de taxi en la ciudad. no cobre en función al transeúnte ni mucho menos incremente su precio si el cliente es extranjero.

**CUARTA ETAPA: LA DESPEDIDA DEL CLIENTE**

* Debe ser clara y rotunda, mirando siempre a la cara del cliente.
* Usted no debe sugerir al cliente extranjero que se le asigne una propine por su servicio.

**ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS**

* Ante quejas y reclamos, usted debe hablar lo justo y necesario.
* Dejemos que el cliente exprese su malestar. lo, asi sabrá lo que quiere decir y tendrá tiempo para reflexionar sobre su respuesta.
* No se enoje por ningún motivo; por el contrario, adopte una actitud, tranquila paciente y relajada.
* Conteste brevemente, así evita dar importancia a la objeción de su cliente.
* Conserve la calma, no debe imponer su punto de vista con terquedad.
* No adopte aire de superioridad.
* Si el cliente se encuentra molesto por servicio y usted desconoce el motivo, pregunte el por qué de su molestia.
* Trate de ponerse en el lugar de cliente .piense siempre que lo que el manifiesta es su propia sensación percepción.
* Ofrezcamos al cliente soluciones prácticas.

***Lección 5***

**SEGUIMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO**

QUINTA ETAPA: SEGUIMIENTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO

* No dar a nuestros turistas información que perjudique la imagen del país, de la cuidad y/o del tour operador a cargo de los servicios.
* De a los turistas información verídica, confirmada y actualizada de los datos geográficos, históricos, eco nómicos, sociales u otros que se le consulte.
* Que tenga en todo momento la buena presentación y el buen comportamiento personal ante sus clientes.
* Cumpla con conversar y cuidar los lugares de visita, y denuncie ante las autoridades a los visitantes o lugareños que atenten contra ellos.
* cumpla las normas de seguridad establecidas en los lugares de visita.
* N proporcione información de los turistas a ´personas que no conozca.
* No fije ante sus clientes posición alguna determinada ideología política, o creencia religiosa.
* Si es contratado por alguna agencia de viajes, cumpla las normas y políticas del tour operador en la preparación, programación y realización del servicio.
* No ofrezca o venda servicios turísticos sino está autorizado para ello. tampoco ofrezca servicios de guiado si no tiene el carne de guía correspondiente.
* Tenga presente que la relación que tiene con clientes (incluyendo pasajeros turistas), es solo profesional.
* Evite fumar en presencia de los clientes (turistas) o en el interior del vehículo.
* Está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas y/o drogas que afecten el desempeño normal ante los clientes.
* No labore si está en estado etílico (bebido) o con signos de haber ingerido bebidas alcohólicas (tufo).
* Renueve su vehículo con unidades modernas de acuerdo a sus posibilidades económicas.

***LECCION 6***

**GESTION DE EMOCIONES**

En el marco del nuevo escenario del turismo, de esta perfilando como uno de sus pilares el cambio de su visión estratégica. Esta visión estratégica se refiere atender a aprender a gestionar las experiencias u emociones de lo cliente ofreciendo valores añadidos mas allá de prestación del servicio pactado.

En la gestión de emociones es importante porque el cliente suele dar más importancia a las relaciones que surgen en el trato con el conductor.

Se considera que las principales emociones expresadas son alegría, el miedo, la ira y la indignación. Estas emociones se manifiestan no solo por parte del cliente sino también por parte del conductor que a veces hace demostraciones sutiles de esta como por ejemplo fruncir rápidamente el seño que produce efectos negativos en el cliente.

Proponemos las siguientes recomendaciones para gestionar las emociones en las diferentes etapas de servicio:

**LA RECEPCION AL CLIENTE**

En el primer contacto con el cliente, este espera que el conductor le hable con amabilidad y si extranjero en su idioma; por esta razón los conductores de taxi deben tener conocimiento básico de un idioma extranjero ( de preferencia ingles) para brindar un servicio de calidad y que el cliente pueda sentirse seguro.

El cliente desea que se le brinde los servicios que necesita y en las condiciones optimas que el espera.

Usted puede proponerle un servicio adicional (brindándole un mapa de la cuidad, como una tarjeta con los números telefónicos de emergencia, información rápida durante el recorrido sobre el trayecto y algunas sugerencias de seguridad personal). Esta actitud va a superar las expectativas del cliente que seguirá complacido.

Se recomienda que no sea informal o descortés cuando el cliente solicite sus servicios; este es el factor que más critican los clientes.

**LA PRESTACION DEL SERVICIO**

* Mejorara el ánimo del cliente la disposición del conductor para ayudarle en diversas situaciones que se le presenten y proveer el servicio a tiempo.

Es importante:

* El cumplimiento del servicio a la hora indicada en caso de que se haya pactado una con antelación (fiabilidad).
* Los procedimientos de un trabajo (recepción, ingreso, recorrido y desembarque en el destino final del turista).
* La solución de los problemas con rapidez ante cualquier eventualidad o inconveniente (capacidad de respuesta).
* Con mucha frecuencia los clientes perciben una falta de actitud de servicio por parte del conductor, esto significa que no siente la disposición de quien los atiende para prestar el servicio y con mayor razón el escuchar y resolver sus problemas o emergencias con voluntad y cordialidad (empatía). esto genera malestar en los clientes cuando ven que el conductor del vehículo no muestra una actitud de colaboración o ayuda, por ejemplo en la manipulación de sus pertenecías y maletas.
* Siempre el conductor estará atento a cualquier situación que se presente, por ejemplo, el olvido de las pertenencias , documentos, etc., y devolverlas de manera inmediata.
* Proporcione a cada cliente que uso su servicio una tarjeta con su número telefónico, para que los clientes se contacten en caso de que requieran mas servicios. Se aconseja que quien responda el teléfono tenga una voz amable, brinde información correcta y canalice las solicitudes del servicio brindado.
* Cuando el cliente desea adquirir un suvenir o realizar alguna pregunta es importante que usted sea honesto y que conozca bien el lugar que recomienda. La misma actitud se debe asumir al elegir el lugar para el consumo de alimentos y bebidas.

Repetimos: nunca recomiende un lugar para comprar solo por la “comisión”.

**EL PAGO DEL SERVICIO**

* El cliente tiene todo el derecho de exigir calidad del servicio y es obligación del transportista dársela por el precio cobrado.
* Respete las tarifas establecidas y no cobre excesivamente el cliente especialmente si es extranjero. Esto genera un ambiente de desconfianza en el cliente porque muchos de ellos están informados sobre las tarifas.

**LA DESPEDIDA**

## Despídase del cliente deseándole que tenga: un “buen dia”,”buen viaje”, o “feliz estadía”

## Por seguridad usted debe mantener la atención personalizada hasta que el cliente entre en la vivienda, hotel, aeropuerto, establecimiento.

## *LECCION 7*

## CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD

## De acuerdo a la organización mundial del turismo (OMT), el turismo sostenible implica la implementación de prácticas de gestión aplicables a toda movilidad del turismo en todo tipo de destino, basadas en un adecuado equilibrio entre los aspectos económicos, ambientales y socio cultural desarrollo turístico.

## Por lo tanto es de vital importancia incorporar, aparte de un sistema de gestión de la cálida, esta variable trasversal.

## Los criterios de sostenibilidad propuestos a continuación, se basan en los criterios desarrollados por Rainforest Alliance (alianza para bosques). la aplicación práctica de cada uno de ellos variara en función del tipo de empres y de el ámbito de trabajo .

## ASPECTO AMBIENTAL

## la gestión ambiental se refiere al conjunto de procedimientos tendientes a mejorar el medio ambiente y a tratar de restituir el menos cabo ocasionado a la naturaleza por la actividad humana.

## La actividad el transporte en general es una de las principales generadoras de contaminación ambiental, la que puede ser considerablemente disminuida si se adoptan algunas actitudes como:

## Capacítese constantemente en la normatividad entorno al ciudadano del medio ambiente con relación al transporte.

## Adquiera combustible en las estaciones de servicio que den garantía respecto a su origen respetando la clase de combustible establecida para el vehículo. Prefiérase en lo posible gasolina libre de plomo petróleo sin azufre.

## Reduzca el uso de aerosoles y ambientadores que deterioraran la capa de ozono; una buena limpieza hará innecesario su uso.

## Manejo del agua

## Ahorre el agua y evite desperdiciarla cuando realice la limpieza de su vehículo.

## En la limpieza usar productos vio degradable o amigables con el ambiente, para evitar la contaminación.

## Energía

## Ahorra energía, usando menos el aire acondicionado y/o calefacción en su vehículo.

## Apague el motor de su vehículo si tiene que estacionarse por más de un minuto; así ahorrara energía.

## Utilice baterías recargables y de mayor duración para contaminar menos el medio ambiente.

## Si usa los sistemas de aire acondicionado o calefacción se le recomienda cerrar las ventanas de su vehículo.

## Realice la revisión de los sistemas de air acondicionado y calefacción de su vehículo.

## Apague las luces y el sistema de calefacción o aire acondicionado en el vehículo cuando este desocupado.

## Utilice lámparas y reflectores que sean ahorradores de energía y no dañen el medio ambiente ni causen efectos negativos en las personas.

## Busque ser más eficiente en el uso de materias primas, insumos y/o recursos .

## En el trazado de rutas, evite en la medida de lo posible el paso por zonas monumentales sensibles. Cumpla con las restricciones del ingreso al centro histórico.

## Aproveche al máximo la luz solar.

## Manejo de residuos

## Comprométase a tratar gestionar los residuos sólidos peligroso (aceites, aditivos) y urbanos y/o domésticos cuando realice el mantenimiento de su vehículo.

## Antes de solicitar el servicio de un taller verifique si este cuenta con los requerimientos mínimos para el tratamiento de residuos peligrosos y cuidado del ambiente.

## Los residuos peligrosos sólidos nunca deben almacenarse por más de seis meses; por lo tanto, usted debe entregárselos al servicio de la limpieza pública.

## Contaminación

## No tire desperdicios o envases por la ventanilla ni en la ciudad ni en el campo.

## Instruya a sus pasajeros sobre el tratamiento de los residuos al interior de su unidad vehicular. Incorpore una pequeña papelera en el interior del vehiculó.

## Consuma combustible con menos grado de azufre y/u otros contaminantes que no hagan daño al ambiente.

## Busque en el marcado, sistemas que reduzcan el consumo de combustibles en los vehículos y//o que reduzcan los contaminantes del Co2 emitidos así como filtros de hollín.

## Acuda periódicamente a realizar los controles de emisión de gases y a talleres mecánicos para controlar que su vehiculó este en perfectas condiciones.

## Evite la contaminación sonora, no use innecesariamente la bocina de su vehículo y evite la congestión vehicular.

## Utilice absorbentes eficientes para limpiar derrames accidentales de aceites y gestiónelos como residuos peligrosos.

## Recupere y reutilice los disolventes de limpieza hasta agotar el producto.

## Utilice aceites de alta calidad que sean más duraderos y más ecológicos.

## Compre materiales (aceites, aditivos) que vengan en envases de mayor capacidad que sean de preferencia retornables.

## Reutilice los envases de materias primas como envases para residuos afines.

## Mantenga acciones de control de polución causadas por su vehículo de terceros.

## ASPECTOS SOCIOCULTURAL

## Responsabilidad social interna

## La responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de la empresa para contribuir con el desarrollo económico sostenibles mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias.

## La responsabilidad social será implementada solo en las empresas y organizaciones de taxis.

## Estas responsabilidades son:

## Ofrecer sueldos competitivos a sus trabajadores.

## Realizar actividades de desarrollo y capacitación que fomenten un perfeccionamiento continuo de su personal.

## Poseer un programa de prevención de accidentes de transito.

## Desarrollar actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias.

## Preparar a sus empleados para la jubilación, incluyendo los aspectos psicológicos y de planificación financiera.

## Integrar a su personal sub – contratado en sus programas de capacitación y desarrollo profesional.

## Responsabilidad social externa

## Es el impacto de la empresa para la comunidad de la empresa para con la comunidad, manteniendo relaciones con las organizaciones comunitarias, mediante el cual se apoyan proyectos sociales. De esta manera participa la empresa privada en la acción social, para ello:

## Participe y apoye iniciativas de desarrollo de las comunidades aledañas.

## Utilice los servicios de micro, pequeñas o medianas empresas locales, especialmente de aquellas de carácter sostenible, para que sean proveedoras de insumos.

## Fomenten la fabricación y compra de artesanías y otros productos propios de la localidad.

## Valoración y respeto a la cultura

## Usted debe tener un conocimiento de la cultura general del país.

## Es necesario que conozca los principales atractivos turísticos de carácter histórico, culturales y naturales

## Respete los monumentos históricos.

## Promocione, participe difunda las actividades culturales y sociales.

## Conozca las principales celebraciones y festividades.

## ASPECTO ECONOMICO

## Políticas y planificación

## Cuente con una política de sostenibilidad que abarcaa aspectos ambientale, socioculturales y calidad de servicios.

## Establezca programas y mecanismos que favorezcan procesos participativos de los colaboradores en el manejo y operación de la empresa.

## Favorezca las contrataciones permanentes de los colaboradores en vez de las temporales.

## Ofrezca dar remuneraciones justas a los colaboradores de la empresa.

## Leyes, regulaciones y normatividad

## Formalícese sacando las autorizaciones para el manejo de su vehículo en las instituciones pertinentes.

## Mantenga al día su licencia de conducir y su autorización.

## Mantenga al día el seguro obligatorio contra accidentes de tránsito (SOAT)

## Renueve su flota vehicular con la mayor frecuencia posible, según sus posibilidades económicas (buscando financiamientos), teniendo en cuenta que el servicio exige cada vez mejor calidad de servicio exige cada vez mejor calidad de los vehículos.

## Capacitación personal

## Reciba cursos de capacitación y de atención al cliente.

## Capacítese en la actualización de las leyes viales con respecto al manejo de taxis.

## Usted deberá capacitarse sobre el manejo a la defensiva para evitar los accidentes de tránsito.

## Capacítese en temas de cuidado del ambiente.

## Asista a talleres y cursos de capacitación sobre mecánica automotriz.

## ATENCION DEL PASAJERO CON DISCAPACIDAD

## Tanto para subir como para bajar del taxi, el cliente discapacitado debe tener apoyo del conductor sino esta con acompañante.

## Para que una persona ciega ingrese a un vehículo, este debe estar con la puerta cerrada y este colocara la mano de la persona ciega será quien abra la puerta y así pueda ubicar con perfección el Angulo de ubicación del vehículo.

## La atención dentro del vehículo debe ser cordial y atenta con las persona s discapacitadas.