



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

“GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS”

AUTORÍA MARÍA DEL PILAR VALSECA MARTÍN
TEMÁTICA CALIDAD TURÍSTICA
ETAPA FPE

Resumen

Hoy en día muchas empresas ofrecen productos parecidos a similares precios, compitiendo con otras empresas por los mismos clientes.

Obtener un nuevo cliente implica alguna vez quitárselo a otra empresa a la que mejoremos en un determinado factor.

Palabras clave:

- ◆ Calidad turística.
- ◆ Demanda turística.
- ◆ Competencia.
- ◆ Diferenciación.
- ◆ Normalización.
- ◆ Certificación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

1. CALIDAD TURÍSTICA.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) define la calidad del turismo como el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, conforme a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.

Cada vez más, el elemento competitivo con el que cuentan las empresas es la diferenciación. La apuesta por la calidad como estrategia competitiva se hace cada día más necesaria.

En el campo turístico podemos decir que los cambios constantes de la demanda turística, la evolución de sus gustos y preferencias hacia exigencias cada vez mayores de calidad, la aparición de nuevos destinos competidores frente a los que no cabe competir en precios, obligan a que el sector turístico español decida llevar a cabo un cambio estratégico y adopte iniciativas que permitan avanzar en la mejora de la calidad de sus productos y servicios como factor competitivo y diferenciador en los mercados nacionales e internacionales.

Actualmente las empresas consideran que la calidad puede afectar directamente en sus resultados. Una mejora de la calidad de los productos y servicios prestados se traduce en un incremento de la satisfacción de los clientes y con ello se produce un aumento de las ventas y de la imagen y prestigio de la empresa.

1.1. ***Certificación de calidad turística.***

El primer paso que debe plantearse una empresa del sector turístico que pretende incorporar la calidad a la estrategia empresarial es la elaboración de un plan para el desarrollo e implantación de un sistema de calidad.

Un sistema de calidad es el conjunto de componentes imprescindibles para crear la gestión de la calidad.

Un sistema de calidad consta de:

- Documentación en forma de manuales de calidad.
- Medios materiales y técnicos.
- Medios humanos.

Algunas de las razones por las que las empresas implantan un sistema de calidad son:

- ✓ Disminuir costes, eliminando la no-calidad y hacer que la empresa sea competitiva.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

- ✓ Distinguirse sobre otras empresas por la calidad, el prestigio y el incremento de la cuota de mercado.
- ✓ Reducir las reclamaciones.
- ✓ Incrementar la fidelidad de los clientes.
- ✓ Motivar a los trabajadores.
- ✓ Exigencia por parte de los clientes de una mejor calidad de los productos y servicios que se ofrecen.
- ✓ Etc.

La implantación de dichos sistemas proporciona a las empresas turísticas una certificación, después de realizarse una auditoría de calidad y comprobar si se cumplen o no las normas de calidad del producto o servicio.

Como muestra del gran interés que hoy en día provoca la gestión de la calidad se han creado una serie de empresas, entidades e instituciones que tienen como finalidad la normalización y certificación de sistemas de calidad para sectores industriales y de servicios.

La entidad certificadora más conocida a nivel mundial es **ISO** (Organización Internacional para la Estandarización).



La ISO es una federación mundial de organismos nacionales de normalización. Su función principal es la de buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional.

Las normas desarrolladas por ISO son voluntarias, ya que ISO es un organismo no gubernamental y no obedece a ningún otro organismo internacional, por lo que no tiene autoridad para implantar sus normas a ningún país.

Las normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la gestión de la calidad.

Las normas ISO 9000 se crearon originalmente para empresas de la industria de fabricación. Aunque desde 1990 su aplicación se ha extendido rápidamente a otros sectores de la economía. La evolución experimentada en los últimos años ha llevado a un reconocimiento generalizado del valor de un certificado ISO 9000 y de su relación con la calidad.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

La finalidad principal de las normas ISO es guiar, organizar, facilitar y aunar los usos para conseguir menores costes y efectividad.

En España contamos con **AENOR** (Asociación Española de Normalización y Certificación): es una entidad privada sin ánimo de lucro que contribuye a mejorar la calidad y competitividad de empresas, productos y servicios.



Los objetivos de AENOR son:

- ◆ Certificar productos, servicios y empresas aportándoles un valor competitivo diferencial.
- ◆ Orientar la gestión de las empresas a la satisfacción de los clientes y la participación activa de los trabajadores, con criterios de gestión total de la calidad, y obtener resultados que garanticen un desarrollo competitivo.
- ◆ Impulsar la difusión de una cultura que relacione e identifique a las empresas como apoyo a quien busque la excelencia.

El proceso de certificación, en el caso de AENOR, transcurre de la siguiente forma:

- Presentación de la solicitud: de debe definir la situación actual de la empresa respecto a la gestión de la calidad.
- Examen previo de la solicitud: se acordará la documentación que la empresa debe presentar y se evaluará de forma inicial las posibilidades que la empresa tiene para obtener la certificación.
- Tramitación de la solicitud: se analizará la documentación entregada y se llevará a cabo un informe en el que se especificará las medidas que deberá tomar la empresa para poder lograr la certificación.

La validez de la certificación es de tres años, posteriormente se llevarán a cabo auditorías de renovación. Aunque anualmente se realizarán auditorías de seguimiento para comprobar que la empresa está cumpliendo los requisitos establecidos. En caso de que la empresa incumpla dichos requisitos repetidamente, la empresa certificadora podría retirar la certificación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

La certificación de AENOR para servicios es la Marca AENOR de Servicios. Mediante el Certificado AENOR de Servicios, AENOR declara haber obtenido confianza adecuada en la conformidad del servicio ofrecido por una empresa.

A través de la certificación de sus servicios las empresas:

- ⊕ Consiguen aumentar la percepción de calidad por parte del cliente.
- ⊕ Hacen más fácil y segura la elección del cliente.
- ⊕ Ganan competitividad frente a otras que no hayan obtenido la certificación.
- ⊕ Proporcionan un valor añadido al servicio.

El **ICTE** (Instituto para la Calidad Turística Española) es una unidad de certificación de sistema de calidad especialmente creados para empresas turísticas. Está orientado a facilitar a las empresas del sector turístico métodos que les permitan mantener y mejorar su posición competitiva en el mercado.

Sus objetivos son:

- Dotar a las empresas de un sistema de gestión y mejora de la calidad de productos y servicios, que les permita competir dentro del mercado turístico.
- Conseguir el reconocimiento de la imagen de marca de España como destino de calidad.

El ICTE administra y gestiona en exclusiva la “Marca Q”, cuya denominación genérica es “Calidad Turística Española”, común a cualquier actividad relacionada con los servicios o productos turísticos. Además el ICTE emite la correspondiente actualización para su uso y vigila su adecuada utilización.



Las ventajas que las empresas obtienen son:

- ✘ Mejora de la gestión empresarial.
- ✘ Aumento de la formación del personal.
- ✘ Mayor satisfacción del cliente, debido a que el Sistema de Calidad permite conocer las expectativas de éste.
- ✘ Utilización de la “Q” como instrumento de promoción y comercialización.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 20 – JULIO DE 2009

La normalización y certificación en el sector turístico se están convirtiendo en herramientas clave para facilitar la comunicación entre las personas que intervienen en la prestación del servicio, ayudando a reducir errores de interpretación que facilitan al cliente la elección de un servicio de acuerdo con sus necesidades.

Hasta el momento se han desarrollado normas de calidad para los siguientes subsectores:

- Normas de Calidad de Alojamientos Turísticos.
- Normas de Calidad de Agencias de Viajes.
- Normas de Calidad de Restaurantes.
- Normas de Calidad de Estaciones de Esquí y Montaña.
- Normas de Calidad de Alojamientos de Turismo Rural.

2. APLICACIÓN EN EL AULA.

Estos contenidos irán dirigidos a los alumnos y alumnas de los siguientes Ciclos Formativos:

- Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencias de Viajes, concretamente del módulo: “Organización y Control de Agencias de Viajes”.
- Ciclo Formativo de Grado Superior de Alojamiento, al alumnado del módulo de “Organización y Control de Alojamiento”.
- Ciclo Formativo de Grado Superior de Restauración, en concreto a los/as del módulo: “Marketing en Restauración”.

A continuación propongo una actividad destinada a desarrollar los contenidos programados.

Esta actividad se llevará a cabo en varias sesiones.

Con esta actividad se pretende que los alumnos y alumnas analicen los sistemas y procesos de gestión y control de calidad en las empresas turísticas, identifiquen las características de calidad del servicio, determinen procedimientos de control de la calidad, conozcan la función de gestión de la calidad y su relación con los objetivos de la empresa, identificar los factores que afectan a las características de calidad, etc.

De esta forma el alumnado conocerá y valorará los beneficios que las empresas del sector turístico obtienen o alcanzan al ofrecer productos y servicios de mejor calidad.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

Antes de comenzar la actividad el profesor o profesora explicará los contenidos anteriormente expuestos (concepto de calidad, gestión de calidad, certificación, etc.). Además describirá los distintos instrumentos de control de calidad que utilizan las empresas en la prestación del servicio e identificará los elementos del sistema de calidad que son aplicables a cada estructura organizativa.

Posteriormente se dividirá la clase en grupos y cada grupo deberá elegir una empresa específica para llevar a cabo la investigación.

El trabajo consistirá en analizar la evolución de una empresa desde el momento en que decide implantar un sistema de calidad, hasta que se autoriza dicha implantación.

Los alumnos y alumnas realizarán una exploración inicial del tema a través de internet y recopilarán la mayor cantidad posible de información para poder analizar en profundidad las ventajas e inconvenientes que ha obtenido la empresa, con respecto a las ventas, los clientes, los trabajadores, etc.

Posteriormente se aconsejará la visita a la empresa para poder contrastar los datos obtenidos y poder realizar un análisis más real y detallado de la misma.

El profesor o profesora entregará una ficha que deberán rellenar con los datos obtenidos:

NOMBRE DE LA EMPRESA:	
SUBSECTOR EN EL QUE TRABAJA:	
Nº DE TRABAJADORES:	
¿Qué normas de calidad sigue la empresa?	
¿A través de que entidad ha implantado el sistema de calidad?	
¿Ha obtenido la empresa alguna ventaja con esta implantación?	
¿Los clientes han apreciado el cambio?	



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

¿Las ventas de la empresa han aumentado después del cambio?	
¿Tiene algún inconveniente cumplir estos requisitos de calidad?	
¿Afectan estas normas de calidad a los trabajadores? ¿En qué medida?	

Al entregar la ficha el profesorado hará una breve explicación sobre las pautas a seguir para rellenarla.

Finalmente cada grupo expondrá su trabajo en clase ante el resto de compañeros y compañeras. Deberán explicar las conclusiones a las que hayan llegado.

Si el profesorado observa, al finalizar la actividad, que hay alumnos o alumnas que todavía tienen problemas para asimilar algunos conceptos, se puede abrir un debate sobre dichos conceptos. De esta forma los demás alumnos y alumnas explicarán y presentarán estos contenidos con sus propias palabras y con los conocimientos ya adquiridos. Durante la discusión el profesorado resumirá los resultados del debate con palabras clave, que harán que el alumnado pueda examinar dichos contenidos desde distintos puntos de vista.

El profesorado tendrá en cuenta el trabajo realizado durante la actividad, además de actitud y participación del alumnado.

3. CONCLUSIÓN.

Para finalizar debemos destacar que un nivel más elevado de calidad nos permite aumentar la satisfacción del cliente e incrementar la lealtad del mismo.

Una empresa normalizada garantiza a sus clientes la calidad de sus productos o servicios. Uno de los principales objetivos de la normalización y certificación de calidad es ser competitivo.

Las ventajas de la normalización y certificación son:

- Para los empresarios: facilita la distribución y comercialización de los productos y servicios, facilita la gestión de compras, enriquece la gestión y el diseño, etc.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 20 – JULIO DE 2009

- Para los clientes: fija los niveles de calidad de los productos y servicios, favorece la comparación entre diferentes ofertas,...

Si se quiere ser competitivo a escala global los gestores deben estar atentos a la competencia, han de asignar a la calidad el tiempo y la atención debidos y tienen que mantener un ambiente adecuado para la entrada de innovaciones dentro de la organización.

4. BIBLIOGRAFÍA.

Alonso, M., Barcos, L. y Martín, J.I. (2006). *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos*. Madrid: Síntesis.

Arguedas, Raquel y Nogueras, M^a Teresa. (2007). *Planificación, Dirección y Gestión Financiera de Empresas Turísticas*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces (CERA)

Cuatrecasas, Lluís. (2005). *Gestión Integral de la Calidad. Implantación, control y Certificación*. Barcelona: Gestión 2000.

5. REFERENCIAS WEB.

<http://www.calidadturistica.es/>

<http://www.iso.org/iso/home.htm>

<http://www.aenor.es/desarrollo/inicio/home/home.asp>

<http://www.ictc.es/>

Autoría

- Nombre y Apellidos: María del Pilar Valseca Martín
- Centro, localidad, provincia: Écija, Sevilla
- E-mail: pilar_valseca@hotmail.com