



CALIDAD TURÍSTICA

Sistema de Calidad Turística Española
UNA CERTIFICACIÓN NECESARIA

www.calidadturistica.es

Capítulo 1

El Sistema de Calidad Turística Española..... 10
 Orígenes históricos 10
 Elementos del SCTE 10
 Qué es el SCTE Sectores 11
 Características del SCTE Sectores..... 11
 Objetivos del SCTE Sectores 11
 Beneficiarios del SCTE Sectores 11

Capítulo 2

¿Quiénes intervienen en el Sistema de Calidad Turística Española? 12
 Actores intervinientes 12
 Qué es el ICTE..... 12
 Funciones y objetivos del ICTE 12
 Subsectores que intervienen en el ICTE y en el SCTE Sectores 12
 AENOR 13

Capítulo 3

Qué aporta la 'Q' de Calidad..... 14
 Beneficios y ventajas..... 14
 Cómo conseguir la 'Q' de Calidad 14
 Normas existentes 14

Capítulo 4

La implantación de la marca de Calidad Turística en los distintos subsectores 16
 Campings 16
 Alojamientos Rurales 18
 Agencias de Viaje 20
 Hoteles y Apartamentos Turísticos 22
 Playas 24
 Convention Bureaux 26
 Servicios de Restauración 28

Bañerías	30
Palacios de Congresos	32
Espacios Naturales Protegidos	34
Transporte turístico por Carretera	36
Estaciones de Esquí y Montaña.....	38
Oficinas de Información Turística	40
Empresas de Tiempo Compartido	43
Alojamientos turísticos de pequeñas dimensiones.....	44

Capítulo 5

El cliente. La difusión de la 'Q' de Calidad	46
Difusión de la 'Q' de calidad y de sus entes adheridos	46
Promoción de la marca a nivel nacional.....	46
Internacionalización de la 'Q' de calidad.....	46
Internet como mecanismo de promoción	46
La percepción del cliente.....	47
La 'Q' como factor de competitividad	47
Presente y futuro del SCTE. Nuevos proyectos	47

Capítulo 6

Direcciones de interés.....	48
Secretaría de Estado de Turismo	48
Instituto para la Calidad Turística Española - ICTE.....	48
Asociación Española de Normalización y Certificación - AENOR	48
Federación Española de Municipios y Provincias - FEMP	48
Delegaciones del ICTE	49
Comunidades Autónomas	51

Desde las primeras certificaciones en 1997 y, apenas transcurridos diez años del nacimiento del Sistema de Calidad Turística Española (SCTE), el escenario turístico ha experimentado una significativa transformación. El comportamiento cada vez más exigente de los turistas y el desarrollo de la tecnología marcan la comercialización del turismo así como la configuración de los nuevos productos, en un entorno cada más competitivo y donde la calidad es sello de diferencia.

Debemos captar al turista a través de nuestros valores, singularidades y servicios profesionales. Es decir, mejorando cualitativamente nuestro turismo. Y todo esto sólo se puede conseguir comprometiendo al mayor número de empresas y servicios públicos, que estén directa o indirectamente vinculados con nuestra industria turística.

Contamos con más de 2.300 establecimientos certificados en la actualidad con la "Q" de calidad, entre los que se encuentran hoteles, agencias de viajes, restaurantes, alojamientos rurales, campings, balnearios, playas, oficinas de turismo..., etc.

Desde aquí quiero hacer extensible mi felicitación a todos y cada uno de ellos, porque a través de su apuesta particular por la calidad colaboran elevando el nivel de calidad español.

El modelo de gestión de calidad español es sin duda uno de los principales motores para la mejora competitiva de nuestro turismo y se va adaptando a los cambios que se producen en el sector. En este sentido, se ha extendido a nuevos subsectores, creando nuevas normas para responder a la demanda del empresariado y del turista, y está inmerso en un proceso de transición de normas privadas a normas públicas, en estrecha colaboración con AENOR, hasta el punto de servir de referencia a normas ISO.

Desde la Administración Turística del Estado, a la cual represento, nuestra apuesta por la Q ha sido firme y decidida desde sus orígenes. En los últimos años, desde 2005, a través de las campañas de publicidad en televisión, prensa y radio, queremos hacer llegar ese esfuerzo del empresariado al consumidor final. La calidad cercana, nuestra fortaleza.

Confío en que con la ayuda de todos los agentes que trabajamos en la calidad turística, provoquemos un cambio de ciclo, basado en un cambio de actitud e instrumentando mecanismos que extiendan la cultura del detalle, la hospitalidad, el concepto de amabilidad, y el trabajo bien hecho al conjunto de aquellos que prestan servicios en nuestro sector.

Animo a todos a seguir trabajando en este camino, que hace posible que España sea un referente de calidad a nivel mundial.

Secretario de Estado de Turismo y Presidente de Turespaña
Joan Mesquida

Estos últimos dos años han supuesto para el Instituto para la Calidad Turística Española su definitivo posicionamiento como la gran referencia de la Calidad Turística, no sólo en el ámbito nacional, sino también en el internacional.

Si a esto le sumamos que gracias a las intensas campañas de promoción de la Marca "Q", que desde el año 2005 viene financiando la SGT (hoy Secretaría de Estado), nuestra Marca es reconocida en el sector prácticamente por el 100% de los agentes turísticos, y empieza a alcanzar cierta notoriedad entre los consumidores.

La capacidad de promover nuevos ámbitos de normalización turística en nuestro territorio, aprobándose la normalización de cuatro nuevos sectores; Patronatos de Turismo, Servicios Turísticos en instalaciones Náutico-Deportivas, Ocio Nocturno y Turismo Activo; así como los trabajos en este mismo sentido en el campo internacional, consiguiendo con diferentes países alianzas para alcanzar el objetivo de impulsar la actividad del comité ISO TC/228 Turismo y Servicios Relacionados, objetivo que se alcanzó estando aprobados en este momento la puesta en marcha de comités normalizadores de los sectores de Turismo de Salud, Golf, Oficinas de información turística y acogida, y las nuevas propuestas de: Playas, Espacios Naturales Protegidos y Turismo de aventura.

Estas acciones ponen de manifiesto que el ICTE, además de pionero en la Calidad Turística mundial, es hoy el gran referente en este campo.

Todos estos logros se han podido alcanzar gracias al apoyo constante de todos los miembros de la Junta Directiva; de los centenares de personas que trabajan

en nuestros comités; del magnífico trabajo de los profesionales que trabajan en el instituto; de la colaboración de AENOR en el campo de la normalización; de las diferentes administraciones, locales y autonómicas, que nos prestan su apoyo en sus respectivos territorios; y muy especialmente a la hoy convertida en Secretaría de Estado de Turismo, sin cuyo respaldo económico y permanente colaboración nada de esto hubiera sido posible. Gracias a todos.

Presidente del Instituto para la Calidad Turística Española
Miguel Mirones Díez

Orígenes históricos

A principios de la década de los 90, el sector turístico español toma especial conciencia de la importancia de la calidad como garantía de diferenciación frente al aumento de la oferta de otros destinos turísticos emergentes competidores de España. Se suceden así varias acciones hasta la creación, en 1997, del Instituto para la Calidad Hotelera Española (ICHE). El ICHE marca el camino para otros subsectores turísticos, que impulsan sus propias entidades de calidad. Así sucede con:

- Casas rurales: ACTR
- Agencias de viajes: INCAVE
- Estaciones de esquí y montaña: ATUDEM
- Restaurantes: ICRE
- Cámpings: ICCE

También en 1997 se otorgan las primeras certificaciones con la Marca de Calidad Turística 'Q', y a partir del año 1999 se conceden las correspondientes renovaciones de este sello 'Q', tal y como establece la normativa desarrollada al respecto.

En 2000, los seis subsectores mencionados se integran en el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), entidad a la que progresivamente se han ido incorporando:

- Espacios naturales protegidos.
- Empresas de tiempo compartido.
- Empresas de transporte turístico por carretera.
- Servicios turísticos municipales: Palacios de Congresos, Convention Bureaux, Oficinas de

Información Turística.

- Playas.
- Balnearios.
- Campos de Golf.
- Alojamientos de pequeñas dimensiones

El ICTE representa, pues, la convergencia empresarial. Esta convergencia es, también, metodológica, puesto que supone la creación de estándares intersectoriales y la armonización de las normas de calidad y de los instrumentos que de ellas derivan.

Para dar respuesta a esta creciente sensibilidad por la calidad, la Administración, paralelamente, desarrolla los planes FUTURES y el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE 2000-2007) como programas estratégicos de su política turística, y ahora el Plan del Turismo Español, Horizonte 2020. Este nuevo enfoque, en el que la calidad es el eje principal y el turista el centro de atención de dicha política, es el que ha dado lugar al desarrollo del SCTE (Sistema de Calidad Turística Española).

La Secretaría de Estado de Turismo, como promotora, y el Instituto para la Calidad Turística Española, como ente gestor, crean el Plan de Transferencia Tecnológica SCTE para la difusión de la tecnología turística entre las empresas de todo el territorio nacional.

El SCTE constituye una experiencia única en el mundo: una iniciativa del sector empresarial a la que la SET presta su decidido apoyo institucional, técnico y económico. El rasgo más des-

tacable del SCTE es que la calidad se concibe como una opción empresarial totalmente voluntaria.

Elementos del SCTE

El Sistema de Calidad Turística Española (SCTE) es un conjunto de soluciones tecnológicas en el que están intrínsecamente relacionados conceptos tales como calidad, competitividad, rentabilidad y sostenibilidad. El SCTE está desarrollado por y para el sector turístico español.

El SCTE se asienta en tres soluciones metodológicas:

El SCTE Sectores, basado en las Normas de Calidad Turística Española, y que culmina con la certificación del establecimiento con la Marca de Calidad Turística.

El SCTE Destinos, que surge ante la necesidad de disponer de una herramienta metodológica capaz de gestionar un sistema de calidad integral en destino en el que se involucren el mayor número posible de agentes turísticos y no turísticos del destino.

El SCTE Buenas Prácticas, a caballo entre el SCTE Sectores y el SCTE Destinos, que nace bajo la cobertura que proporcionan los planes de excelencia y dinamización turística. Constituye una pieza fundamental para la mejora de la calidad en los destinos turísticos.

Qué es el SCTE Sectores

Es un conjunto de productos para la implantación, gestión y aseguramiento de la calidad del servicio en las empresas del sector turismo.

Estos productos son consecuentes con las normas de Calidad Turística.

El SCTE Sectores está orientado a la creación de una cultura de la calidad en las empresas y organizaciones, mediante cuatro acciones básicas:

La realización de una autoevaluación inicial con el fin de determinar la situación del establecimiento frente a la norma.

El establecimiento de un cuadro de mando para la medición del servicio.

El desarrollo de un manual de calidad y de los procedimientos y de un sistema de mejora.

La certificación.

Características del SCTE Sectores

El SCTE Sectores tiene las siguientes características:

Es voluntario, puesto que la calidad es una opción que eligen libremente los empresarios.

Es autorregulado, dado que las normas de calidad que configuran el sistema parten de los propios subsectores que lo forman.

Es abierto, ya que admite la incorporación de nuevos subsectores de la actividad turística,

siempre en base a una metodología común.

Es flexible, por cuanto se adapta a los distintos requisitos que pueda exigir el funcionamiento de uno u otro servicio dentro de un mismo subsector turístico.

Es neutral, dado que el proceso por el cual se reconoce si una empresa o servicio cumple los estándares de una norma de calidad se lleva a cabo por auditores independientes.

Es compatible, y ello tanto con la normativa de las comunidades autónomas como con las normas ISO y el modelo EFQM. Además, puede integrar requisitos medioambientales.

Es complementario, puesto que el SCTE define un nivel mínimo de calidad a alcanzar, y cada subsector, en función de sus políticas y objetivos, puede establecer unos niveles de auto-exigencia superiores.

Objetivos del SCTE Sectores

Extender la cultura de la calidad a todos y cada uno de los subsectores turísticos participantes, mediante la concienciación de todas las empresas interesadas en la obtención de la Marca 'Q' de Calidad Turística Española.

Dotar de los conocimientos técnicos necesarios para optar a la certificación de la marca 'Q', según el modelo SCTE.

Crear en las empresas y organizaciones estructuras estables de gestión de la calidad.

Normalizar los procesos y la metodología de producción de los servicios turísticos.

Difundir un conjunto de referentes o estándares de calidad que permitan situar los productos a la altura de las expectativas de los clientes.

Reforzar la imagen de la Marca 'Q' de Calidad Turística Española mediante el aumento de la visibilidad de la misma en todo el territorio nacional, y, por consiguiente, afianzar la diferenciación de España como destino de calidad.

Beneficiarios del SCTE Sectores

Los beneficiarios últimos del SCTE Sectores son los clientes-turistas, en la medida en que el certificado les permite efectuar la elección de un producto turístico con un alto grado de fiabilidad y les garantiza calidad en la prestación del servicio.

También se benefician del SCTE las empresas y organizaciones turísticas de los distintos subsectores que participan en el modelo de calidad, dado que cuentan con un sistema de calidad que contribuye a elevar la satisfacción de sus clientes externos y el nivel de fidelización de los mismos, además de aumentar la motivación de su personal.

Actores intervinientes

Secretaría de Estado de Turismo: La Secretaría es propietaria de la tecnología del SCTE e impulsora de su implantación en todo el territorio español, con lo que garantiza la universalidad del sistema.

Instituto para Calidad Turística Española (ICTE): El ICTE es el ente gestor del SCTE Sectores.

Asociaciones empresariales: Estas entidades participan en los órganos de gobierno del ICTE y en sus distintos comités. Las asociaciones regionales contribuyen a la difusión del SCTE Sectores entre sus asociados, canalizando las peticiones de adhesión al sistema y ofreciendo programas de apoyo.

Beneficiarios: Son las entidades turísticas adheridas al SCTE Sectores.

Empresas asesoras: Son aquellas que ofrecen asistencia técnica a las entidades adheridas para la implantación del sistema de gestión y aseguramiento de la calidad. Se encargan de llevar a cabo la formación específica del personal de la entidad beneficiaria y de determinar aquellas acciones de mejora que son necesarias para conseguir el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos.

Empresas auditoras: Son aquellas reconocidas

por el propio ICTE para ejercer la función de comprobar de manera rigurosa el cumplimiento de los estándares de calidad.

Qué es el ICTE

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es la entidad encargada de la certificación de los sistemas de calidad para empresas turísticas.

El ICTE es una asociación de carácter privado, independiente y sin ánimo de lucro, reconocida en todo el ámbito nacional.

El ICTE se constituyó el 14 de abril de 2000, fruto de la fusión de los antiguos institutos creados por seis subsectores turísticos con el fin de difundir los sistemas de aseguramiento de la calidad en las empresas de sus respectivos ámbitos.

Funciones y objetivos del ICTE

El ICTE comprende cinco áreas funcionales fundamentales:

Normalización: Creación, desarrollo y revisión de las normas de calidad turística.

Certificación: Reconocimiento al esfuerzo

realizado por las empresas turísticas en la implantación de sistemas de calidad mediante la concesión del sello de Calidad Turística Española.

Promoción: De la Marca de Calidad Turística Española y de las empresas que la ostentan en campañas de publicidad, publicaciones, representación en ferias, notas de prensa, etc.

Formación: Organización de cursos presenciales on line y programas de asistencia técnica.

Implantación: Apoyo a las empresas turísticas, a través de las delegaciones territoriales, para que adapten sus sistemas tradicionales de gestión a los sistemas de aseguramiento de la calidad, con la coordinación de cursos de formación, asistencia técnica y publicaciones.

Subsectores que intervienen en el ICTE y en el SCTE Sectores

Los subsectores que participan en el ICTE y en el SCTE Sectores son los siguientes:

- Hoteles y Apartamentos turísticos
- Agencias de Viajes
- Alojamientos de Pequeñas Dimensiones
- Autocares de Turismo

- Balnearios
- Campings
- Campos de Golf
- Alojamientos Rurales
- Convention Bureaux
- Espacios Naturales Protegidos
- Estaciones de Esquí y Montaña
- Oficinas de Información Turística
- Oficinas de Información Turística de ámbito Supramunicipal
- Palacios de Congresos
- Playas
- Servicios de Restauración
- Tiempo Compartido

AENOR

AENOR es una entidad dedicada al desarrollo de la normalización y la certificación (N+C) en todos los sectores industriales y de servicios. Tiene como objetivo contribuir a mejorar la calidad y la competitividad de las empresas, así como proteger el medio ambiente.

Como organismo de normalización, la actividad de AENOR comenzó en 1986 cuando, mediante una orden ministerial que desarrollaba el Real Decreto 1614/1985, fue reconocida como la única entidad de normalización y certificación en nuestro país. Posteriormente (1995), el Real Decreto 2200/1995 ratificó el nombramiento de AENOR como responsable de la elaboración de las normas españolas (normas UNE). En la

estructura de AENOR existen los denominados CTN (Comités Técnicos de Normalización), cuya principal función es estudiar, plantear, elaborar y aprobar los proyectos de normas que posteriormente son publicadas como normas UNE.

AENOR y el ICTE, con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, llegaron a un acuerdo con objeto de dotar a las normas de Calidad Turística del ICTE de reconocimiento público. En este nuevo escenario, y en el seno de AENOR, se aprobó la constitución de los CTNs (Comités Técnicos de Normalización) correspondientes a los 17 subsectores turísticos que tienen norma. Además, AENOR tiene la misión de editar e imprimir las futuras normas UNE, hoy normas de Calidad Turística.

Beneficios y ventajas

a) Beneficios del sistema para el cliente:

Garantía de calidad de los productos y servicios.

Participación activa del cliente en la mejora del establecimiento (tratamiento de quejas y sugerencias y sistema de encuestación).

Mayor confianza en la profesionalidad del personal.

Adecuación de los servicios a sus expectativas y necesidades.

Mayor seguridad en la elección del establecimiento.

b) Ventajas del sistema para las empresas:

Mejora de la gestión empresarial, que se refleja en la excelencia del producto y por tanto de la competitividad.

Aumento de la formación del personal, lo que redundará en un refuerzo de la motivación de este y contribuye a su integración.

Mejora de la eficacia de las herramientas empresariales.

Mayor satisfacción del cliente, ya que permite conocer las expectativas de éste.

Inmersión en un proceso de mejora continua del establecimiento.

Reconocimiento por parte del sector turístico y del cliente.

Utilización de la "Q" como instrumento de promoción y comercialización.

Nueva visión del establecimiento como "un todo".

Cómo conseguir la 'Q' de Calidad

El proceso de adhesión y certificación de las entidades turísticas que deseen obtener la marca de calidad se efectúa de la siguiente manera:

1. Petición de adhesión. Complimentación de un cuestionario que recoge las características esenciales del establecimiento.
2. Recepción por el establecimiento o entidad de un módulo compuesto por la norma de calidad del subsector al que pertenece y el cuestionario de autoevaluación.
3. Formación inicial sobre el lanzamiento del proyecto, para la familiarización con el contenido de la norma de calidad.
4. Autoevaluación del establecimiento. Permite conocer el estado del mismo frente a la norma.

5. Formación en herramientas de calidad a las personas con responsabilidades en la implantación del sistema.

6. Planes de mejora: documentación, implantación y herramientas.

7. Solicitud de certificación.

8. Auditoria para la certificación e informe de auditoria.

9. Comité de certificación y seguimiento del nivel de calidad.

10. Obtención de la 'Q' de calidad.

11. Auditorias de seguimiento y renovación .

Normas existentes

Gracias al impulso de la Secretaría de Estado de Turismo, las normas de Calidad Turística se encuentran actualmente en un proceso de transición hacia normas UNE, sin perder su vocación expansiva en la proyección internacional (ISO).

Este proceso de transición en las normas se ha instrumentado a través de grupos de empresarios y de expertos con objeto de que se desarrolle de un modo abierto y democrático.

El primer paso fue la aprobación por la Junta Directiva de AENOR (en abril 2004) de la constitución de 9 CTNs (Comités Técnicos de Normalización) del sector turismo y la asignación al ICTE de la labor de secretaría técnica de los comités.

Cada CTN esta formado por una representación de los agentes implicados en el ámbito del mismo, pudiendo incorporarse como vocales especialistas que puedan ser útiles para sus tareas.

Los CTN constituidos o en proceso de constitución son los siguientes:

- CTN 167: Servicios de Restauración.
- CTN 182: Hoteles y Apartamentos Turísticos.
- CTN 183: Alojamientos Rurales.
- CTN 184: Campings y Ciudades de Vacaciones.
- CTN 185: Servicios Turísticos de Tiempo Compartido.
- CTN 186: Establecimientos Balnearios.
- CTN 187: Gestión de servicios del entorno turístico (Espacios Naturales, Playas, Oficinas de Información Turística, Palacios de Congresos y Oficinas de Congresos).
- CTN 188: Servicios de Esparcimiento, Ocio y Turismo Activo (Estaciones de Esquí y Montaña, Campos de Golf y Turismo Activo).
- CTN 189: Servicios Turísticos de Intermediación (Agencias de Viajes y otros).

Las normas de calidad turística existentes son:

- UNE 182.001: 2008 "Hoteles y Apartamentos turísticos".
- UNE 167.000: 2006 "Servicios de Restauración".
- UNE 189.001: 2006 "Servicios de Intermediación turística".
- UNE 183.001: 2006 "Alojamientos Rurales".
- UNE 188.002: 2006 "Estaciones de Esquí y Montaña".
- UNE 184.001: 2007 "Campings y Ciudades Vacacionales".
- UNE 186.001: 2007 "Balnearios".
- UNE 188.001: 2008 "Golf".
- Alojamientos Turísticos de Pequeñas Dimensiones.
- Autocares de Turismo.
- Convention Bureaux.
- Espacios Naturales Protegidos.
- Oficinas de Información Turística.
- Oficinas de Información Turística de ámbito Supramunicipal.
- Palacios de Congresos.
- Playas.
- Tiempo compartido.

El subsector de campings y ciudades de vacaciones es uno de los pioneros en el desarrollo de la estrategia de la calidad. En la actualidad, 20 campings lucen la marca "Q" siendo Cataluña la que mayor número de establecimientos posee, con un total de seis, seguido de la Comunidad Valenciana, con cinco.

Durante el año 2006 fue creado el CTN 184 campings y ciudades de vacaciones en el seno de AENOR para trasladar las normas de campings a la norma UNE y ser revisada esta para estar actualizada continuamente.

En Septiembre de 2007 fue publicada la Norma UNE 184001:2007 para Campings y Ciudades Vacacionales, que sustituye a la antigua Norma Q.



SISTEMA DE CALIDAD DE CÁMPINGS

RECEPCIÓN

- ▶ Requisitos Generales
- ▶ Reservas
- ▶ Recibimiento y Acomodo
- ▶ Atención Continua al Cliente
- ▶ Salida del Camping-Facturación
- ▶ Teléfonos y Mensajería
- ▶ Señalización
- ▶ Seguridad

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- ▶ Requisitos Generales
- ▶ Áreas Comerciales
- ▶ Áreas Deportivas
- ▶ Piscinas
- ▶ Lavadoras y Secadoras Automáticas
- ▶ Animación
- ▶ Áreas de juegos
- ▶ Actividades Lúdicas
- ▶ Otros

DIRECCIÓN

- ▷ Requisitos Generales
- ▷ Responsabilidad de la Dirección en Materia de Calidad
- ▷ Organización y Coordinación
- ▷ Sistemas de Calidad
- ▷ Medición y Seguimiento de la Calidad
- ▷ Mejora Continua de la Calidad
- ▷ Gestión de las Condiciones Adversas a la Calidad
- ▷ Comercialización
- ▷ Gestión de los Recursos, Materiales y Externos
- ▷ Seguridad y Prevención de Riesgos
- ▷ Gestión Medioambiental

SERVICIOS BÁSICOS

- ▶ Requisitos Generales
- ▶ Suministro de Agua e Instalaciones
- ▶ Residuos y Vertidos
- ▶ Servicios Sanitarios
- ▶ Suministros Energéticos e Instalaciones
- ▶ Equipamiento en Zonas Comunes
- ▶ Mantenimiento de las Instalaciones
- ▶ Instalaciones de Limpieza, Lavandería y Cocinas
- ▶ Limpieza
- ▶ Áreas de Acampada
- ▶ Áreas de Aparcamiento
- ▶ Sistemas de Emergencia y Contraincendios
- ▶ Compras

RESTAURACIÓN

- ▶ Requisitos Generales
- ▶ Desayuno
- ▶ Restaurante Menú
- ▶ Restaurante a la Carta
- ▶ Cafeterías y Bares
- ▶ Cocina y elaboración de alimentos

E l T e s t i m o n i o



Javier Aldaz Gaujot

Urbasa Bioitza S.L.

Apdo. 40

31800 Alsasua, Navarra
Parque Natural Urbasa-Andia

Tel: 948391004

www.campingurbasa.com
info@campingurbasa.com

El camping fue creado como solución correctora del estado deplorable en que se encontraba la sierra. Se inauguró en el año 1992 para, de esta forma, poner término a la acampada libre y descontrolada.

Está situado en medio del Parque Natural Urbasa-Andia, en el mayor hayedo en altiplano de Europa. Como centro de recursos turísticos tiene una dilatada actuación.

Dispone de escuela de la naturaleza para escolares donde además de actividades de recreo (espeleología, cicloturismo, escalada, etc.) reciben una

educación medio ambiental.

Excursiones turísticas para la tercera edad con pernocta en nuestros bungalows.

Cursillos de micología para principiantes y adelantados.

Un restaurante a la carta de reconocido prestigio. Y un largo etcétera que hace de nuestras instalaciones un lugar de descanso y recogimiento para nuestros clientes.

¿Por qué ha optado por implantar el Sistema de Calidad Turística Española en sus establecimientos?

Por considerarlo un valioso instrumento de trabajo y como mejora en la interrelación Dirección-Personal / Personal-Cliente.

¿Qué ventajas ha percibido su establecimiento tras haber obtenido la certificación?

Aminorar en la problemática del trabajo diario, y en el número de quejas por parte de clientes y personal. Mejora del trabajo y mayor control de éste, y como consecuencia, la satisfacción del cliente.

¿Qué papel desempeña un coordinador de calidad dentro de un establecimiento certificado con la "Q"?

Es el alma máter del funcionamiento, ya que como la palabra lo dice, coordinar es aunar esfuerzos para un resultado final satisfactorio.

¿Cree que las campañas de promoción de la marca de calidad han acercado la "Q" al usuario final?

Cero que todavía el usuario no tiene muy claro el concepto "Q" y todo lo que esto conlleva, aunque si en el resultado final por las mejoras continuas y visibles.

¿Qué aspectos del sistema de calidad mejoraría, si es que piensa que es necesario?

Igual lo haría un poco más ligero en los conceptos básicos para la obtención de la misma. Más conciso y directo.

En 1998 se constituye el Instituto para la Calidad del Turismo Rural, ACTR, entidad que en 2000 se incorpora al ICTE.

Durante el año 2006 vio la luz la norma UNE 183.001:2006 "Alojamientos Rurales".

Más de 200 establecimientos rurales ostentan la Marca en la actualidad, siendo Galicia y Cantabria las comunidades con más representación.



SISTEMA DE CALIDAD DE CASAS RURALES

ACOGIDA Y ESTANCIA

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Recibimiento y acomodo
- ▶ Información sobre seguridad y entorno
- ▶ Comidas
- ▶ Servicios adicionales
- ▶ Evaluación de la satisfacción
- ▶ Salida del establecimiento

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Capacidad del alojamiento
- ▶ Dimensiones
- ▶ Servicios sanitarios
- ▶ Distribución de las estancias
- ▶ Equipamiento básico
- ▶ Otras instalaciones y equipamientos
- ▶ Accesos

COMERCIALIZACIÓN

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Información y Comunicación
- ▶ Tarifas
- ▶ Reservas
- ▶ Agentes intermedios

DIRECCIÓN

- ▶ Responsabilidades de la dirección
- ▶ Organización y coordinación
- ▶ Sistema de calidad
- ▶ Gestión de los recursos humanos y materiales
- ▶ Comercialización
- ▶ Medición y seguimiento de la calidad
- ▶ Gestión de las situaciones adversas a la calidad
- ▶ Mejora continua
- ▶ Seguridad y prevención de riesgos
- ▶ Gestión medioambiental

LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

- ▶ Requisitos generales de limpieza
- ▶ Limpieza del establecimiento
- ▶ Reposición de artículos de higiene y acogida
- ▶ Limpieza de zonas comunes
- ▶ Limpieza y desinfección de servicios sanitarios comunes
- ▶ Lavandería
- ▶ Requisitos generales de mantenimiento
- ▶ Sistemas de calefacción y aire acondicionado
- ▶ Sistema de emergencia y contraincendios
- ▶ Instalaciones de cocina y lavandería
- ▶ Instalaciones eléctricas
- ▶ instalaciones exteriores

SEGURIDAD Y MEDIOAMBIENTE

- ▶ Requisitos generales de seguridad
- ▶ Seguridad en la vivienda
- ▶ Seguridad en las instalaciones exteriores
- ▶ Seguros
- ▶ Requisitos generales de conservación del medio ambiente
- ▶ Integración de las instalaciones con el entorno
- ▶ Cuidado y conservación del entorno

E l T e s t i m o n i o



Javier Goyanes

Casa Grande do Bachao - Casa Grande de Cornide

Casa Grande do Bachao

Monte Bachao s/n - Sta Cristina de Fecha
15898 - Santiago de Compostela.
Tel: 981 194 118
Fax: 981 192 028
bachao@casasgrandesdeg Galicia.com
www.casasgrandesdeg Galicia.com

La Casa Grande do Bachao esta situada a 14 Km. del Centro de Santiago de Compostela. Ocupa una superficie construida próxima a los dos mil metros cuadrados, dentro de una parcela de aproximadamente 1,5 Ha en la falda del Monte Bachao que cae hacia el Río Tambre (origen de la primera de las Rías Baixas, la Ría de Muros y Noia). La hemos rehabilitado y decorado con respeto a su "edad" (la parte mas reciente de la Casa es de 1817) buscando dar a nuestros huéspedes el confort actual y a la vez la inmersión en la historia de Galicia.

¿Qué ventajas le ha aportado a su establecimiento la obtención de la certificación?

Siempre habíamos pensado que el alojamiento en el

rural ha de aunar un trato personal, casi familiar, para con nuestros huéspedes, es decir, "puertas afuera", con la máxima profesionalidad hotelera en el "backstage", es decir, "puertas adentro". Desde esta perspectiva, el proceso de certificación nos ha permitido asegurar que todos nuestros procedimientos internos en asuntos de suma importancia como es el mantenimiento de las instalaciones, acogida al huésped, comercialización, etc. permiten que el huésped no se va a ver defraudado en cuanto a nuestra profesionalidad y nivel de servicio. Por otra parte, la Casa Grande do Bachao inició su proceso de certificación dentro de un plan global de una "Marca de Calidad" como es Pazos de Galicia, en cuyo seno llegamos a la conclusión que la apuesta por la calidad no podía consistir en una mera declaración de intenciones relativa a nuestra calidad, sino que esto debía estar respaldado por una forma de trabajar que permitiese que ningún huésped de la marca se viese defraudado. De ahí que en noviembre de este año vayamos a ser la primera marca a nivel estatal con todos sus establecimientos certificados.

¿Cree que las campañas de promoción de la marca de calidad han acercado la "Q" al usuario final?

Como beneficiario de las campañas de publicidad obviamente mi papel es el de Director de Márketing, para el cual nunca son suficientes los recursos aplicados en llegar al consumidor potencial, pero también es cierto que una parte de mi comprende al Director Financiero y entiendo que el Director de Marketing siempre tiene una "voracidad" que puede no encajar con las limitaciones de otras áreas. En cualquier caso, si es cierto que hemos detectado un esfuerzo del ICTE en los últimos tiempos, que esperamos que nos solo se consolide sino que se incremente paulatinamente, pues el propio concepto de Q, con los distintos estándares para cada tipología de establecimiento, exige una labor "didáctica" hacia el consumidor.

¿Dónde se percibe más la adecuación de la casa rural a los estándares de calidad: en la gestión, en la comercialización o en los servicios a los clientes?

La verdad es que una vez implantado, todas las áreas de la explotación del establecimiento se han visto beneficiadas considerablemente, incluso a nivel de cumplimiento de la legalidad, puesto que no siempre, por no decir casi nunca hasta la obtención de la certificación y en la mayor parte de las veces por ignorancia, en establecimientos tan pequeños se cumplen normas cuyo incumplimiento puede provocar molestias o incluso disgustos a nuestros huéspedes.

¿Qué aspectos del sistema de calidad mejoraría, si es que piensa que es necesario?

Dos son quizás los aspectos que se podría estudiar como encajar en el sistema ICTE y que son especificidades propias del subsector Turismo Rural. Por un lado, hacer un esfuerzo por simplificar la carga burocrática para que el "coste de la calidad" no ahogue las exiguas cuentas de resultados de establecimientos tan pequeños, y por otro lado, si es posible encajarlo en un sistema de estas características, intentar "suplir" la falta de homogeneidad a nivel estatal de las clasificaciones que las distintas CCAA otorgan a los establecimientos de turismo rural, puesto que nuestros huéspedes "vienen a ciegas", ya que ninguno es experto en legislación turística de la Comunidad Autónoma a la que viaja, y por tanto no sabrá si un Pazo le va a ofrecer mas o menos servicios que una Casa de Aldea, o si un establecimiento de "tres espigas" es mejor que uno de "una espiga", etc.. No existen, por así decirlo "estrellas", y a lo mejor, desde el ICTE, coordinándolo en la Q, podría estudiarse la forma de suplir esta carencia, que repito, viene de nuestra configuración como "Estado de las Autonomías", con competencias, en la materia que nos ocupa, descentralizadas. Si esto fuese posible, clarificaría sin duda el mercado.

En febrero de 1998 se constituye el ya extinto Instituto para la Calidad de las Agencias de Viajes, INCAVE, una de las entidades participantes en la creación del ICTE en 2000.

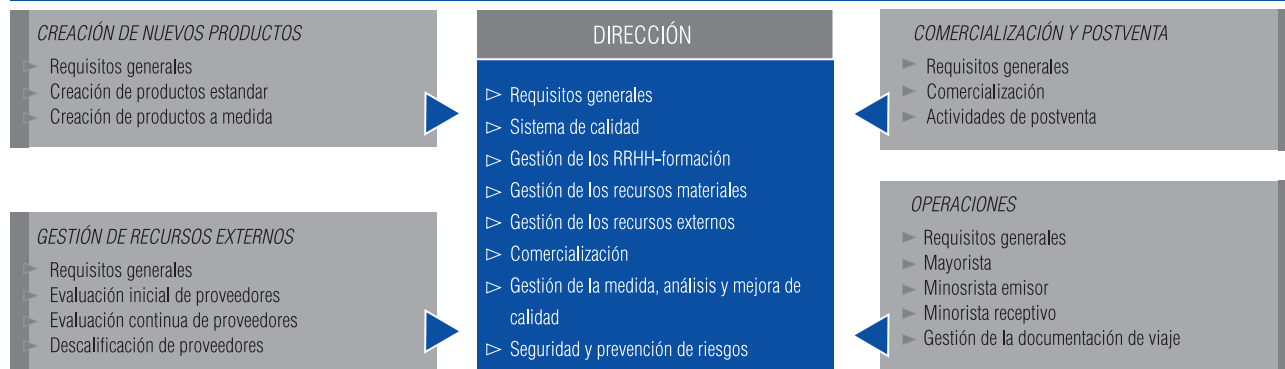
En julio de 2001 comienzan a entregarse las primeras certificaciones de calidad para agencias de viajes.

En la actualidad, el subsector de agencias es el que más establecimientos certificados aglutina, con cerca de 1.200. Las comunidades autónomas que cuentan con un mayor número de oficinas poseedoras de la 'Q' de calidad son Madrid y Cataluña, que suman más de 400 puntos de venta.

Durante el año 2006 fue creado el CTN 189 servicios turísticos de intermediación en el seno de AENOR para trasladar la norma de agencias de viajes a norma UNE y ser revisada ésta para estar actualizada continuamente. Así, a finales del 2006 se publicaba la norma UNE 189001:2006 Servicios turísticos de Intermediación.



SISTEMA DE CALIDAD DE AGENCIAS DE VIAJES



E l T e s t i m o n i o



Ignacio González

Director Comercial de Crisol

Viajes Crisol

Más de 190 agencias con el mejor asesoramiento.

902 436 436

www.viajescrisol.com

¿Qué ventajas ha percibido tras haber obtenido la certificación de su empresa?

Es muy importante para Viajes Crisol haber obtenido la Q de Calidad Turística ya que nuestra marca apuesta decididamente desde sus inicios por la calidad y de esta forma nos permite poder comunicar convenientemente gracias a esta certificación que merecemos la plena confianza de los clientes.

¿Qué medidas deberían desarrollar tanto los establecimientos certificados como el ICTE y la Secretaría para difundir la Marca Q de Calidad Turística?

Es importante apostar por un turismo de calidad en nuestro sector por lo que se debe seguir en la misma línea de actuación, potenciando la comunicación y percepción de nuestros potenciales clientes.

¿Cree que las campañas de promoción de la marca de calidad han acercado la "Q" al usuario final?

Es muy difícil en la actualidad hacerse un hueco en el subconsciente del usuario dada la sobrecarga que hay de ofertas de todo tipo y de todos los sectores, pero considero que se ha acertado con las campañas en medios por su sencillez y fácil asimilación.

¿Qué aspectos del sistema de calidad mejoraría, si es que piensa que es necesario?

Considero que se tiene que ser inflexible con aquellas empresas que incumplan los protocolos de actuación, sobre todo para preservar a las marcas que si los cumplen ganando así en valor y percepción de marca. Mejor calidad que cantidad...nunca mejor dicho



El subsector de Hoteles y Apartamentos turísticos constituye todo un referente para el resto de subsectores en lo que al sistema de calidad respecta. Así, en 1996 comienza a implantar su propio modelo de calidad. Durante el año 2004 fue creado el CTN 182 hoteles y apartamentos turísticos en el seno de AENOR para trasladar la norma de hoteles a norma UNE 182001:2008 y ser revisada esta para estar actualizada continuamente.

Cerca de 500 Hoteles ostentan al día de hoy el sello distintivo, siendo Andalucía y la Comunidad Valenciana las más representadas.



SISTEMA DE CALIDAD DE HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



E l T e s t i m o n i o



Yaiza Fernández

Princesa Yaiza Suite Hotel & Resort

Director: Marc Clement

Avenida de Papagayo, 22,

35580 Playa Blanca. Lanzarote. Las Palmas

Tel: +34 928519222 Fax: +34 928519179

info@princesayaiza.com

www.princesayaiza.com

Inaugurado en 2003 y situado en primera línea de Playa Blanca, en la espectacular costa oriental de la isla de Lanzarote, el Princesa Yaiza Suite Hotel & Resort*****L, es un destino privilegiado no sólo por la maravillosa Playa Dorada justo en frente del hotel, sino también por sus excelentes instalaciones y el servicio esmerado que ofrece a todos sus clientes.

Alojarse en las suites de este hotel supone una experiencia verdaderamente inolvidable. Ocho restaurantes constituyen su oferta gastronómica. Es un hotel diseñado para satisfacer al cliente

más exigente, dotado de un completo centro de Talasoterapia, múltiples piscinas y más de diez mil metros cuadrados de instalaciones deportivas y familiares.

El Princesa Yaiza, Suite Hotel & Resort, conquista a sus huéspedes con la elegancia y la exquisitez de una estructura de estilo colonial canario en la que encontrar un sinfín de detalles y comodidades.

¿Qué ventajas ha percibido su empresa tras haber obtenido la certificación?

La certificación no es sino un primer paso. El beneficio real de la implantación del sistema se percibe tras el trabajo continuado, año tras año, de todo el equipo del hotel que utiliza el sistema como una herramienta para detectar áreas de mejora, reflexionar sobre las causas de la debilidad de esas áreas y mantener una dinámica permanente de mejora para eliminarlas o minimizarlas.

La certificación nos ha ayudado a clarificar funciones y orientar los esfuerzos de todos a obtener la mayor rentabilidad con el máximo de satisfacción de nuestros huéspedes.

¿Cree que las campañas de promoción de la marca de calidad han acercado la "Q" al usuario final?

El usuario final aún no conoce la marca suficientemente. Al menos no lo bastante como para que se decante por un establecimiento certificado respecto a otro que no lo está. Lo que vende y hace que el cliente repita no es el sello sino el nivel de servicio que éste avala.

¿Dónde se percibe más la adecuación del hotel a los estándares de calidad: en la gestión, en la comercialización o en los servicios a los clientes?

El cliente lo percibe más en el servicio; el equipo del hotel, en la gestión. Más que quedarse en el estándar hay que evolucionar hacia una dinámica de inconformismo: si esta mal, hagámoslo bien; si está bien, hagámoslo mejor para el cliente, para el equipo y para el accionista. Una implantación sólo de estándares de servicio es insostenible.

¿Qué aspectos del sistema de calidad mejoraría, si es que piensa que es necesario?

Es beneficioso que el sistema vaya evolucionando poco a poco hacia la gestión por procesos y la normalización internacional.

Los requisitos de los clientes deberían ser establecidos por cada hotel, puesto que hay estándares que en ciertos alojamientos no tienen mucho sentido, mientras que en otros están muy por debajo de las exigencias de los huéspedes. Sin embargo, debería exigirse rigor en el proceso de establecimiento de dichos requisitos: por qué esos y no otros; basándonos en qué informaciones hemos decidido optar por una dotación concreta de productos de acogida y no otra, por ejemplo.

Los procesos de comercialización y planificación deberían tener más peso, así como la mejora continua.

Las normas de calidad de este subsector se basan en particular en los siguientes aspectos: sanidad, salvamento y primeros auxilios; información; limpieza y recogida selectiva de residuos; mantenimiento de instalaciones y equipamientos; accesos y ocio. Estas normas se materializan en la exigencia de que se cumplan diversos requisitos como, por ejemplo, la existencia de accesos a la superficie seca de las playas en un número adecuado en función de la longitud de éstas. Como mínimo deberá existir un acceso peatonal cada 200 metros en playas urbanas.

En la actualidad 110 son las playas españolas que ostentan la "Q" de Calidad Turística. Andalucía, lidera el sector con 36 playas; la Comunidad Valenciana y Murcia son las comunidades autónomas que cuentan también con un gran número de certificados correspondientes a este subsector.



SISTEMA DE CALIDAD DE PLAYAS

SEGURIDAD, SALVAMENTO Y PRIMEROS AUXILIOS

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Seguridad
- ▶ Balizamiento y seguridad en el mar
- ▶ Salvamento y primeros auxilios
- ▶ Servicios médicos y traslado de usuario

INFORMACIÓN

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Información sobre los servicios que se prestan en la playa
- ▶ Información turística
- ▶ Información sobre códigos de conducta
- ▶ Información sobre seguridad
- ▶ Información higiénico sanitario ambiental

LIMPIEZA Y RECOGIDA SELECTIVA DE RESIDUOS

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Limpieza de la superficie seca, superficie húmeda y agua
- ▶ Limpieza de instalaciones y equipamientos
- ▶ Recogida selectiva de residuos

INTRODUCCIÓN

NORMAS DE APLICACIÓN

TERMINOS Y DEFINICIONES

REQUISITOS TÉCNICOS

MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Mantenimiento de instalaciones y equipamientos

ACCESOS

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Aparcamientos
- ▶ Accesos a superficie seca
- ▶ Accesos a la zona de baño

SERVICIOS HIGIÉNICOS

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Aseos
- ▶ Duchas y lavapies
- ▶ Vestuarios
- ▶ Agua potable
- ▶ Consigna

OCIO

- ▶ Requisitos generales
- ▶ Alimentos y bebidas
- ▶ Hamacas y sombrillas
- ▶ Actividades lúdico deportivas

ANEXOS

E l T e s t i m o n i o



Teófila Martínez Sáiz
Alcaldesa

Playa de La Victoria

Excmo. Ayuntamiento de Cádiz.
Plaza de San Juan de Dios, s/n. 11005 Cádiz
Delegación Municipal de Playas.
María Auxiliadora, 4 Dpto. 11009 Cádiz
Tel. 956205001
www.cadiz.es

Se trata de una playa de dimensiones considerables, con arena fina y dorada, y un paseo marítimo con palmeras y farolas. Es un espacio urbanizado, rodeado de grandes edificios, sobre todo apartamentos y hoteles con numerosos bares y restaurantes que disponen de terrazas y en cuyas dependencias puede degustarse la sabrosa gastronomía gaditana. La playa cuenta con un conjunto de equipamientos y servicios muy completo. Algunas de las prestaciones son las típicas y básicas de una playa urbana: torre de vigilancia, banderas de señalización de peligro, ambulancia y lancha de salvamento, vigilancia y limpieza, lavabos, duchas y vestuarios. Otros servicios, en este caso indirectos y complementarios, incluyen la posibilidad de acceder a la zona utilizando algunos transportes públicos, como la línea 7 de autobuses o la estación central de trenes, aunque desde el ensanche de la ciudad no hay ningún problema para acercarse en coche y aparcarlo en alguna

de las calles adyacentes al arenal. La oferta propiamente lúdica representa lo más característico de la playa de la Victoria, ya que, además del alquiler de hamacas, es posible practicar algunos deportes en la playa, como el rugby, el voleibol o el fútbol.

¿Cuáles son las ventajas para su municipio que ha percibido tras haber obtenido la certificación?

Ante todo, hay que indicar que la principal ventaja es el reconocimiento a una labor de muchos años de trabajo tanto de los técnicos como de los distintos responsables municipales que se hace por parte del ICTE, uno de los principales organismos expertos en temas turísticos.

Por otro lado, también hay que reconocer la posición de ventaja que supone el hecho de tener una playa con Q de Calidad, frente a municipios que aún no lo tienen. Esto nos sitúa en agendas y publicaciones tanto nacionales como internacionales, y suponen un valor añadido a las propias características de la playa, ya de por sí excepcionales.

A la vez, nos supone cierta ventaja a la hora de debatir con otras administraciones implicadas en la temática de las playas o del turismo (Ministerios, Junta de Andalucía, etc), ya que el cumplir con las exigencias que impone la Q, hace que por extensión se cumpla la normativa medioambiental y de respeto a la naturaleza.

Por último, el reconocimiento supone dar una seguridad al usuario de la playa de que se ofertan distintos tipos de servicios que favorecen la comodidad de éste respecto a otras playas, comodidades que van mucho más allá de lo que puede ser el simple disfrute del sol y del mar, puesto que la Q, exige a los distintos empresarios y negocios que trabajan en dicha playa una labor especial de cuidado y atención acorde a las normas que dicha Q tiene en sus normativas.

¿Cree que las campañas de promoción de la marca de calidad han acercado la "Q" al usuario final?

Sin duda lo han hecho, puesto que una gran mayoría de los usuarios de la playa, conocen la Q, saben cuales son las ventajas que ella conlleva y sobre todo saben exigir lo que la Q exige a las playas que la poseen. Buena prueba de ello es, la cantidad de negocios inherentes a las playas, como pueden ser restaurantes, chiringuitos, etc, que también buscan la certificación de la Q de calidad, por un lado para

estar en consonancia a la playa en la que trabajan, y por otro lado para realzar el valor de su negocio, sabiendo que los establecimientos Q, poseen un valor añadido respecto a los demás.

Aún así, hay que seguir trabajando en la línea actual, para que la concienciación y el conocimiento de la Q y de lo que conlleva, llegue a todos, y especialmente al turista extranjero, para que conozca el sello de calidad y sus particularidades.

Teniendo en cuenta las particularidades características de las playas como "establecimientos turísticos," ¿cómo y de qué modo se implantaron las normas de calidad en la playa?

La playa de la Victoria cuenta con la Bandera Azul de los Mares Limpios desde hace más de 20 años, este reconocimiento nos suponía la base de poder conseguir futuras acreditaciones y certificaciones que llegaran más allá de la propia limpieza y mantenimiento. Por ello, además de implantar el sistema ISO 14001, quisimos emplazar a esta playa en el camino del Turismo de Calidad, y que mejor camino había que escoger que el de prepararnos para la implantación de la Q de Calidad Turística.

Sabiendo además, que dicha Q, le otorgaba a la playa un status de playa orientada al turismo, actividad fundamental en el desarrollo de la ciudad de Cádiz, decidimos intentar y conseguir su consecución.

Además de análisis previos, fundamentados por los técnicos municipales, decidimos hacer una auditoría interna que nos aclarara si era posible, y en que circunstancias podríamos alcanzar la Q.

Al ver que ello era más que probable, puesto que a priori se cumplían todas las exigencias que la Q conlleva, dimos el paso de solicitar la Q, y tras las auditorías e inspecciones correspondientes, conseguimos la Q en el año 2004, y sobre todo la mantenemos a día de hoy.

¿Qué aspectos del sistema de calidad mejoraría, si es que piensa que es necesario?

Poco más respecto los 8 requisitos básicos y de obligado cumplimiento exigidos. Pero sí incluiría, un apartado especial a realización de campañas de concienciación medioambiental tan necesarias, para que se tome idea del impacto que puede causarle al litoral el mal uso que hacemos de residuos, edificaciones a pie de playa, etc.