



---

# Universidad de Valladolid

## Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

### Trabajo de Fin de Grado

### Grado en Administración y Dirección de empresas

## La calidad en el Sector Turístico Español: Certificaciones de calidad turística

Presentado por: ***Alicia Herrero González***

Tutelado por: ***M.<sup>a</sup> del Valle Santos Álvarez***

*Valladolid, 07 de septiembre de 2020*

## RESUMEN

En este trabajo se analiza la calidad en el sector turístico español, y la importancia para las entidades turísticas de contar con certificaciones de calidad oficiales para hacer visible y garantizar al turista la calidad que ofrece la organización y de este modo conseguir una ventaja competitiva y diferenciarse de aquellas que no cuenten con sellos. Destacan la Marca Q de Calidad Turística del ICTE, un sello nacional y específico del sector y la norma ISO 9001 de gestión de la calidad, un modelo internacional, generalista y multisectorial.

Se analiza también el nacimiento de un nuevo sello del ICTE frente al Covid-19, el “*Safe Tourism Certified*”, cuyo objetivo es garantizar al cliente que el establecimiento que cuente con él cumple con las normas de prevención de contagio. Una forma de transmitir la calidad de servicio como garantía sanitaria.

**Palabras clave:** Calidad, sector turístico, ventaja competitiva, certificaciones.

## ABSTRACT

This document analyzes the quality in the Spanish tourism sector, and the importance for tourist entities of having official certifications to make visible and guarantee the tourist the quality offered by the organization and thus achieve a competitive advantage and differentiate themselves from those without stamps. It is worth noting the standard Q tourist quality Spanish of ICTE, a national and sector-specific seal and the ISO 9001 standard for quality management, an international, general and multi-sector model.

The emergence of a new ICTE standard against Covid-19, the “*Safe Tourism Certified*”, is also analyzed, whose objective is to guarantee the client that the establishment that has it complies with the rules of prevention of contagion. A way of transmitting the quality of service as a health guarantee.

**Keywords:** Quality, tourism sector, competitive advantage, certifications.

**Clasificación JEL:** **L83:** Deportes; Juegos de azar; Ocio; Turismo, **L15:** Información y calidad del producto; Normalización y compatibilidad, **L25:** Rendimiento de la empresa: tamaño, edad, beneficio y ventas.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>2. METODOLOGÍA UTILIZADA</b> .....	<b>6</b>
<b>3. LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO</b> .....	<b>7</b>
3.1 Concepto de calidad.....	7
3.2 La calidad en el sector turístico.....	8
3.2.1 La calidad como estrategia de diferenciación del sector turístico ...	8
3.3 El sector turístico.....	10
3.3.1 El Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE).....	11
3.3.2 El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).....	12
<b>4. SELLOS Y CERTIFICACIONES DE LA CALIDAD TURÍSTICA</b> .....	<b>14</b>
4.1 ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad: Un sello internacional .	14
4.1.1 Introducción: Concepto de Sistema de Gestión de la Calidad .....	14
4.1.2 Principios de la gestión de la calidad.....	16
4.1.3 Proceso de Certificación.....	19
4.2 Marca Q de calidad turística del ICTE.....	21
4.2.1 Concepto .....	21
4.2.2 Proceso para la obtención del certificado .....	23
4.2.3 Ventajas de la Marca Q Calidad Turística .....	24
4.2.4 Hoteles y apartamentos turísticos: Norma UNE 182001 .....	25
4.3 “ <i>Safe Tourism Certified</i> ” del ICTE: un nuevo sello frente al Covid-19 .	28
4.3.1 Proceso de auditoría y certificación “ <i>Safe Tourism Certified</i> ” .....	29
4.3.2 Ventajas de la marca “ <i>Safe Tourism Certified</i> ” .....	30
4.3.3 Primeras empresas certificadas con el sello “ <i>Safe Tourism Certified</i> ” .....	31
4.3.4 Controversia con un nuevo sello no oficial frente al Covid-19: Sello “ <i>Covid Free</i> ”.....	31
<b>5. CONCLUSIÓN</b> .....	<b>32</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>33</b>
<b>7. WEBGRAFÍA</b> .....	<b>35</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3.1:</b> Número de empresas españolas por actividad relacionada con el turismo en 2017.....	11
--	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 4.1:</b> Marca AENOR de Sistemas de Gestión de Calidad Empresa Registrada UNE-EN ISO 9001.....	20
--	----

<b>Figura 4.2:</b> Marca de calidad turística española.....	21
---	----

<b>Figura 4.3:</b> “ <i>Safe Tourism Certified</i> ”.....	29
---	----

<b>Figura 4.4:</b> Sello “ <i>Covid Free</i> ”.....	31
---	----

## ANEXOS

ANEXO I: Establecimientos certificados con la Q de Calidad Turística.....	38
---	----

ANEXO II: Especificaciones Técnicas UNE frente al Covid-19.....	38
---	----

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los principales motores de la economía española. Desde los años 90, cuando se creó el Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE), la calidad se ha convertido en un factor clave para mejorar la competitividad ante nuevos destinos más competitivos en precio y unos turistas con unos gustos más exigentes en calidad y servicios personalizados.

Además, estos actualmente tienen acceso a multitud de información que les permite comparar y optar por el destino turístico que más se ajuste a sus necesidades y que por lo tanto mejor las satisfaga.

En ese proceso de comparación y elección, es clave para las empresas contar con sellos y certificaciones oficiales ya que garantizan a los clientes la calidad que promete el establecimiento y les hace diferenciarse.

La calidad de un servicio es intangible para el cliente antes de consumirlo, por lo que el objetivo de este trabajo es elaborar un texto bajo una técnica de investigación de análisis de fuentes secundarias sobre certificaciones oficiales para empresas turísticas y la importancia de contar con ellos para aquellas que han optado por diferenciarse a través de la calidad.

Además, las certificaciones es un aspecto que no se estudia en ninguna de las asignaturas a lo largo del grado, por lo que es de utilidad para alcanzar conocimientos sobre ello.

Para analizar esa importancia, se realizará un estudio de las dos principales certificaciones que existen entorno a la calidad: la Q de Calidad Turística del Instituto de Calidad Turística Española (ICTE), el sello por excelencia de la calidad turística en España y la norma ISO 9001, un sello internacional que reúne los requisitos para certificar un sistema de gestión de la calidad.

Además, también se analizará un nuevo sello que ha surgido a raíz del Covid-19, el "*Safe Tourism Certified*" que trata de garantizar las expectativas sanitarias que tienen los turistas y proporcionar confianza.

## 2. METODOLOGÍA UTILIZADA

El esquema de este trabajo sigue un orden lógico, dividido en varios apartados en los que se van desarrollando los distintos conceptos para ir entendiendo todo el sistema de calidad turística. Se inicia con el concepto general de calidad para después concretar lo que es la calidad en el sector turístico, sector objeto de nuestro estudio.

Una vez explicado este, se hace referencia a la amplitud del sector turístico y la diversidad de subsectores que abarca. Seguidamente se describe la importancia del turismo en España y su situación actual, haciendo una breve referencia al impacto del Covid-19 en este sector en nuestro país.

A continuación, se analiza la importancia de la calidad como factor competitivo de las entidades turísticas y los beneficios que de ello se derivan.

Para finalizar, en el último apartado se analizan las más destacables certificaciones de calidad como son la Marca Q de calidad turística del ICTE y la norma internacional ISO 9001. Por otro lado, también se analiza el nuevo sello de calidad del ICTE como garantía sanitaria frente al Covid-19 "*Safe Tourism Certified*".

La información se extrae de documentos y páginas web oficiales de calidad turística, así como de otras muy relevantes y relacionadas con nuestro tema para añadir más información útil.

Mucha información se obtiene a través artículos de revista los cuales tienen una base científica fiable y son muy útiles para justificar los diferentes argumentos aportados.

### **3. LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO**

#### **3.1 Concepto de calidad**

Antes de analizar la calidad en el sector turístico, es conveniente establecer previamente una definición general de calidad, aunque lo cierto es que no existe en la literatura una definición única y concreta que pueda considerarse universal. Como punto de partida podemos tomar la definición de la Real Academia Española (RAE) que define la calidad como la “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”.

Según Garvin, profesor universitario de la Universidad de Harvard, el complejo concepto de calidad se puede analizar según ocho dimensiones que son: prestaciones, peculiaridades, fiabilidad, conformidad, durabilidad, servicio, estética y percepción.

Las dimensiones son las características que los clientes tienen en cuenta cuando evalúan la calidad y las distintas definiciones de calidad que podemos encontrar dependerán de la importancia que se dé a cada una de ellas (Llorens y Fuentes, 2005).

Algunas definiciones de calidad que proporcionaron los principales “gurús de la calidad” fueron (Llorens y Fuentes, 2005):

- Deming: “Un grado predecible de uniformidad que proporcione fiabilidad a bajo coste y conveniente para el mercado”.
- Juran: “Adecuación al uso”.
- Crosby: “Conformidad con las especificaciones”.

Conviene especificar que la calidad en una empresa va más allá del producto o servicio, puede abarcar todos los ámbitos que la organización desee, tratando de satisfacer las necesidades y expectativas del segmento de clientes al que está dirigida. Cuando una empresa logra esto, se puede afirmar que está ofreciendo calidad (Tarí et al., 2017).

## **3.2 La calidad en el sector turístico**

La Organización Mundial del Turismo define la Calidad 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, de conformidad 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” (Djofack, 2012, pp. 8).

La principal característica de los servicios en general, y de los servicios turísticos en particular, es la intangibilidad. El cliente no es capaz de conocer el verdadero nivel de calidad antes de adquirir el bien o contratar el servicio. Esta incertidumbre supone un riesgo que deben asumir ya que una vez han adquirido un servicio pueden no estar satisfechos porque no haya cumplido con sus expectativas. Aunque, como veremos, existen ciertas señales de las empresas para disminuir esa incertidumbre.

La calidad de servicio es “el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido” (Grönross, 1984, pp. 37, citado Llorens y Fuentes, 2005, pp. 201).

De manera que, cuando las expectativas superen las percepciones el cliente estará insatisfecho y cuando las percepciones igualen o superen a las expectativas estarán satisfechos.

### **3.2.1 La calidad como estrategia de diferenciación del sector turístico**

La calidad comenzó a ser considerada como una estrategia de diferenciación por parte de las organizaciones turísticas ante la aparición en los años 90 de nuevos destinos competitivos en precio debido a la creciente internacionalización. Además de esto, surgió la necesidad de dar respuesta a los cambios constantes de la demanda turística, unos clientes con unos gustos cada vez más exigentes

y que reclaman una atención más personalizada, por lo que, una buena gestión de la calidad supondrá una mayor satisfacción para estos.

Para que la ventaja competitiva sea efectiva, el cliente ha de ser capaz de reconocer el mensaje que la empresa quiere transmitir, esto es, la organización debe emitir ciertas señales que han de ser creíbles. Este reconocimiento es especialmente importante en el sector turístico al tratarse de un servicio intangible como ya mencionamos.

Aquí es donde tienen cabida los sellos y certificaciones oficiales, cuyo objetivo fundamental es hacer visible para el turista las organizaciones que apuestan por la calidad y que implantan acciones internas para conseguir una mejora continua. Las certificaciones de calidad son por tanto una herramienta de competitividad y mejora que cada vez usan más empresas.

Entre estas certificaciones cabe destacar en España la Marca Q de Calidad Turística del ICTE (Instituto de Calidad Turística Española), una certificación nacional y específica del sector turístico, es un sello único de España que analizaremos en el siguiente epígrafe. Otro sello nacional, que también analizaremos, surgido a raíz del Covid-19 para tratar de asegurar un servicio de calidad entendida esta como garantizar las condiciones sanitarias que espera el cliente es el *“Safe Tourism Certified”* del ICTE.

Además de estos sellos nacionales, hay modelos internacionales como la ISO 9001 de gestión de calidad, un modelo internacional, generalista y multisectorial, que, aunque no sea específico del sector turístico español, también es muy utilizado por las entidades nacionales y que estudiaremos más adelante.

Las organizaciones turísticas que obtienen sellos de calidad, además de lograr una mayor satisfacción de sus clientes con la consiguiente fidelización, también consiguen mejorar sus resultados. Será así siempre que interioricen, es decir, que integren en sus prácticas diarias, los requisitos de las normas de calidad. Esto se demostró en un estudio realizado en Tarí et al., 2016 a una serie de organizaciones certificadas con la Q de Calidad Turística donde se preguntaban si la interiorización del certificado de calidad genera efectos positivos en los

resultados de las organizaciones. Los resultados reflejaron que un verdadero compromiso por el cumplimiento de los requisitos de calidad genera efectos positivos para los clientes, los empleados, la sociedad y la organización y, que, cuanto mayor es el grado de interiorización mayores son los beneficios.

### **3.3 El sector turístico**

Una vez definido el concepto de calidad y su implicación en el sector turístico como fuente de ventaja competitiva, antes de estudiar los distintos sellos de calidad, es conveniente especificar lo que se entiende por sector turístico y la amplitud y diversidad de servicios que abarca. Además, se hará referencia a la situación del sector en España y a las principales instituciones que existen relacionadas con la calidad.

El sector turístico o turismo es un sector económico integrado por varios subsectores que engloban a todas las empresas que, directa o indirectamente, estén relacionadas con el turismo. Dentro de esa diversidad de servicios que abarca podemos mencionar los siguientes: transporte, hostelería, restauración, asistencia de seguros y viajes, guías turísticos y un largo etcétera.

El turismo es uno de los sectores que más riqueza aporta a la economía española. En 2018 el peso del turismo alcanzó los 147.946 millones de euros que representan el 12,3% del PIB, además de generar 2,62 millones de puestos de trabajo, el 12,7% del empleo total (según datos de la Cuenta Satélite del Turismo de España del INE. Serie 2016-2018).

En 2019 visitaron España 83,7 millones de turistas (INE), un 1,1% más que en el 2018. Por su parte, el gasto turístico en 2019 alcanzó los 92.278 millones de euros (INE), un crecimiento del 2,8% con respecto al año anterior. Estas cifras suponen un nuevo récord tanto en llegadas como en gasto turístico.

Como podemos observar en la siguiente tabla, el número de empresas relacionadas con el turismo es muy elevado y diverso, a ello se debe su importante contribución a la economía española.

**Tabla 3.1:** Número de empresas españolas por actividad relacionada con el turismo en 2017

	<b>Total</b>	
<b>1. Hoteles y similares</b>	26.269	
<b>2. Restauración</b>	253.344	
<b>3. Transporte de pasajeros por ferrocarril</b>	7	
<b>4. Transporte de pasajeros por carretera</b>	62.109	
<b>5. Transporte Marítimo</b>	370	
<b>6. Transporte aéreo de pasajeros</b>	210	
<b>7. Alquiler de equipos de transporte</b>	4.918	
<b>8. Agencias de viajes y otros servicios de reserva</b>	12.983	
<b>9. Industria cultural</b>	4.625	
<b>10. Servicios deportivos y recreativos</b>	46.464	

Fuente: INE. Cuenta satélite del turismo de España. Base 2010. Serie contable 2010-2017

Como hemos descrito en el apartado anterior, en los años 90 surgió la necesidad de diferenciar al sector turístico por medio de la calidad y en ese contexto surgió el Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE) y la Marca “Q de Calidad Turística” del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

### 3.3.1 El Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE)

El Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE) es “un conjunto de metodologías que relacionan estrechamente los conceptos de calidad, competitividad y sostenibilidad” (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, s.f.).

El SCTE está diseñado exclusivamente para el sector turístico español. Las organizaciones que decidan voluntariamente aplicar un sistema de gestión de la calidad tienen como objetivo la mejora continua para satisfacer las expectativas de sus clientes.

El SCTE está organizado en varias modalidades:

- SCTE-Sectores. Es la modalidad de mayor interés para el presente trabajo, según la cual los distintos establecimientos turísticos pueden certificar de forma voluntaria mediante la “Q de Calidad Turística” del ICTE que sus servicios cumplen con los requisitos recogidos en las normas de calidad turística existentes para cada subsector (UNE) y han superado un proceso de auditoría. Esta certificación garantiza a los clientes la calidad en la prestación del servicio y conseguirá una mayor satisfacción y fidelización, como veremos en el análisis de la “Q de Calidad Turística” (Álvarez et al., 2017; Calidad Turística, s.f.)
- SCTE-Destinos o Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED). Persigue obtener un nivel de calidad homogéneo en todos los servicios que se ofrecen al turista en un destino para mejorar su experiencia y satisfacción. Si las empresas o servicios cumplen con los requisitos establecidos en los distintos manuales de buenas prácticas que existen para cada oficio, se les otorga el distintivo “Compromiso de Calidad Turística” (Calidad Turística en destinos, s.f.).
- SCTE-Anfitriones que se divide en dos subprogramas: SCTE Capital Humano-Cultura del Detalle y SCTE Embellecimiento o Destino en Detalle. Tiene como objetivo preparar a las empresas y destinos turísticos para que se adapten a las exigencias del mercado mejorando la atención al cliente e incorporando criterios de embellecimiento en los destinos para mejorar la calidad percibida por el cliente en su conjunto (Anfitriones Turismo, s.f.).

### 3.3.2 El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es el ente gestor del SCTE Sectores. Es la entidad que lleva a cabo la certificación de los sistemas de calidad para empresas turísticas mediante la concesión del sello de la “Q de Calidad Turística”.

“El ICTE es una organización sin ánimo de lucro constituida el 14 de abril del año 2000, fruto de la fusión de los antiguos institutos turísticos creados por seis subsectores turísticos con el fin de difundir los sistemas de aseguramiento de la calidad en las empresas de sus respectivos ámbitos” (Calidad Turística, s.f.).

Sus funciones son (Calidad Turística, s.f.):

- Normalización: Crear, desarrollar y revisar normas de calidad turística.
- Certificar mediante el sello “Q de Calidad Turística” a aquellas entidades que cumplan las normas de calidad.
- Promoción de la Marca Q y de las organizaciones certificadas con ella.
- Formación a través de un Plan de Formación en turismo con cursos presenciales y online para profesionales responsables de calidad o que implanten sistemas de calidad, técnicos, consultores o cualquiera que desee trabajar en el ámbito de la calidad turística.

Cabe mencionar la actuación del ICTE en la actual situación provocada por el Covid-19 en la que garantizar la calidad en la prestación de los servicios se entiende como garantía sanitaria.

El ICTE en colaboración con la Asociación Española de Normalización (UNE) ha creado 21 especificaciones UNE 0066 de medidas para la reducción de riesgos higiénico-sanitarios frente al Covid-19 para los distintos subsectores turísticos.

Estas especificaciones tratan de garantizar una prestación segura del servicio turístico en los diferentes subsectores y están avaladas por el Ministerio de Sanidad.

Contienen aspectos como la elaboración de un plan de contingencia, la limpieza y desinfección, el control de accesos y definición de aforos, el equipamiento de protección para el personal o la priorización de reservas y pagos online para evitar contactos (Calidad Turística Hoy, 2020).

Además, en la misma línea, el ICTE ha creado un nuevo sello, el “Safe Tourism Certified” para certificar, a aquellas organizaciones que así lo deseen, la implantación de los anteriores protocolos. Este sello tiene como función generar confianza en los clientes y operadores turísticos nacionales e internacionales y

encaja dentro del objetivo del Sistema de Calidad Turístico Español de asegurar calidad en la prestación de los servicios, en este caso asegurando que los establecimientos turísticos cumplen con las normas sanitarias que prometen.

#### **4. SELLOS Y CERTIFICACIONES DE LA CALIDAD TURÍSTICA**

En este apartado se va a explicar la certificación por excelencia de la calidad turística en España, la Q de Calidad Turística del ICTE y el sello más importante a nivel internacional sobre la gestión de la calidad, la norma ISO 9001.

Por otro lado, analizaremos un nuevo sello del ICTE que ha surgido como consecuencia del actual contexto Covid-19, el “Safe Tourism Certified”, un sello que garantiza la calidad como garantía sanitaria.

##### **4.1 ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad: Un sello internacional**

###### **4.1.1 Introducción: Concepto de Sistema de Gestión de la Calidad**

Aunque la norma ISO 9001 no sea un modelo de calidad específico del sector turístico español, como sí lo es la Q de Calidad Turística, es conveniente analizarla ya que muchas empresas del sector turístico cuentan con ella para certificar su sistema de gestión de calidad basándose en los requisitos que establece la norma. Es una certificación compatible e integrable con la marca Q, que también conduce a la diferenciación de las entidades que la posean.

Un sistema de gestión de la calidad “consiste en el conjunto de acciones planificadas y controladas que la organización dirige con la finalidad de alcanzar los objetivos de calidad, mejorar los productos y servicios y satisfacer las necesidades de los clientes” (Llorens y Fuentes, 2005). Por lo tanto, adoptar un sistema de gestión de calidad puede mejorar el desempeño global de una organización, se trata de una decisión estratégica para la empresa.

Las normas ISO de la serie 9000 son las que recogen los elementos que debe poseer un sistema de gestión de la calidad, en concreto la norma ISO 9001

define los requisitos necesarios para lograr la certificación del sistema de gestión de la calidad. Esta se relaciona con la ISO 9000 sobre Sistemas de gestión de la calidad-Fundamentos y vocabulario y con la ISO 9004 sobre Gestión para el éxito sostenido de una organización-Enfoque de gestión de la calidad.

La ISO 9001 es una norma única por lo que las distintas entidades que adopten dichos requisitos tendrán un sistema de calidad idéntico, con la seguridad que eso aporta al cliente. Su objetivo es la estandarización de la calidad a nivel global, por lo que para aquellas empresas que deseen competir en mercados internacionales diferenciándose en calidad, es interesante que cuenten con ella. Además, es aplicable a cualquier tipo y tamaño de organización ya que son normas muy genéricas, solo es necesaria una adaptación de los principios según el tipo de empresa y sector del que se trate (Llorens y Fuentes, 2005).

Esas normas fueron publicadas en 1987 por el Organismo Internacional de Normalización (ISO) y tras varias revisiones, la versión vigente es la de 2015. A nivel europeo estas normas se aprobaron por el Comité Europeo de Normalización (CEN) adquiriendo la denominación EN ISO 9001 y en España se adoptaron bajo la denominación UNE-EN ISO 9001 elaborada por el comité técnico AEN/CTN 66 *Gestión de la calidad y evaluación de la conformidad* cuya secretaria desempeña AENOR.

Se trata de una calidad total, ya que los principios de la gestión de la calidad comprenden todos los aspectos de la organización e involucran a todos sus miembros, no solo al proceso de fabricación del producto o servicio que se entrega al cliente (Asensi et al., 2017).

La Gestión Total de la Calidad o *Total Quality Management* (TQM) es “esencialmente una forma de organizar y asegurar la participación de toda la empresa, específicamente cada departamento, cada actividad y cada empleado en todos los niveles de la organización” (Chen, Anchecta, Lee, & Dahlgaard, 2016, citado en Jijón y Anastacio, 2018, pp. 125).

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) definió la Gestión Total de la Calidad como “la forma de dirigir una organización, que pretende la

participación de todas las personas empleadas para mejorar la calidad de sus productos o servicios, la calidad de sus actividades y la calidad de sus objetivos; con el fin de conseguir la satisfacción de los clientes, la rentabilidad a largo plazo de la organización y los beneficios para las personas empleadas de acuerdo con las exigencias de la sociedad en general” (Jijón y Anastacio, 2018, pp.125).

Como hemos mencionado antes, la ISO 9001 contiene los requisitos que las empresas deben tener en su organización para poder certificar el sistema de gestión de calidad. Por lo que, “la norma ISO 9001 es una guía para poner en práctica la gestión de calidad total enmarcado en un sistema de gestión” (Cantú, 1997, citado en Jijón y Anastacio, 2018, pp.126).

En ISO (2015) se describen los beneficios que puede conseguir una organización con la implementación de un sistema de gestión de la calidad basado en esta Norma Internacional, son:

- ✓ La capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.
- ✓ Facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente.
- ✓ Abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos.
- ✓ La capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados.

#### 4.1.2 Principios de la gestión de la calidad

Los principios de la gestión de la calidad descritos en la Norma ISO 9000 son de forma resumida de acuerdo con Martínez (2015):

- Enfoque al cliente: a este principio se le da prioridad ya que el objetivo principal de la gestión de la calidad es cumplir con las expectativas del cliente. El éxito a largo plazo de una empresa se consigue cuando se atrae y conserva la confianza de los clientes, es decir, se fidelizan. La

organización depende de sus clientes por lo que comprender sus necesidades actuales y futuras conduce al éxito.

- Liderazgo: los líderes deberían crear y mantener un ambiente en el que el personal se involucre en el logro de los objetivos de la calidad de la organización.
- Compromiso de las personas: el compromiso de las personas involucradas en la organización es esencial para mantener en funcionamiento un sistema de gestión de la calidad.
- Enfoque a procesos: se alcanzan resultados más eficientemente cuando las actividades se gestionan como procesos interrelacionados.
- Mejora: la mejora continua es un objetivo esencial si se quiere tener éxito. Sin una mejora continua es imposible garantizar un nivel de calidad constante.
- Toma de decisiones basada en la evidencia: las decisiones basadas en el análisis de datos e información y en hechos previos tienen mayor probabilidad de producir resultados positivos sobre la calidad.
- Gestión de las relaciones: el desempeño de la organización depende tanto de sus clientes como de sus proveedores. Por lo tanto, la organización debe gestionar las relaciones con sus partes interesadas para optimizar el impacto en su desempeño.

Uno de los principales objetivos de ISO en su revisión de 2015 fue el de potenciar su aplicabilidad a cualquier tipo de organización. Entre estas, las de prestación de servicios como es el caso de las entidades turísticas ya que por su intangibilidad se hacía más complejo adaptar el contenido de la norma internacional. De esta forma, en la presente edición se incluye expresamente la provisión de los servicios al cliente, en el mismo plano que el suministro de producto.

La Norma Internacional ISO 9001 aplica el enfoque a procesos que, como hemos mencionado antes, permite a las empresas gestionar las interrelaciones entre los distintos procesos como un sistema. Esto ayuda a mejorar la eficacia y el desempeño global de la empresa y a alcanzar más fácilmente los objetivos estratégicos de calidad que se hayan planteado.

Los requisitos para adoptar un enfoque a procesos que se especifican literalmente en ISO (2015) son:

- ✓ Determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos.
- ✓ Determinar la secuencia e interacción de estos procesos.
- ✓ Determinar y aplicar los criterios y los métodos (incluyendo el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos.
- ✓ Determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad.
- ✓ Asignar las responsabilidades y autoridades para estos procesos.
- ✓ Abordar los riesgos y oportunidades.
- ✓ Evaluar estos procesos e implementar cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos.
- ✓ Mejorar los procesos y el sistema de gestión de la calidad.

Para lograr este enfoque a procesos las organizaciones se basan en el ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA) y en el pensamiento basado en riesgos.

El pensamiento basado en riesgos es una herramienta preventiva que implica que la organización planifique acciones contra posibles riesgos que puedan surgir y que impidan alcanzar los objetivos de calidad marcados.

O, por el contrario, para aprovechar oportunidades que se presenten y que permitan aumentar la eficacia del sistema de gestión de calidad (ISO, 2015).

Por último, cabe añadir que además de la visión sistémica de la organización, que es la característica principal del enfoque a procesos que hemos detallado, en Jijón y Anastacio (2018) se tienen en cuenta otros factores clave para éxito de los sistemas de gestión de la calidad basados en la norma ISO 9001 que son los siguientes:

- Orientación a la satisfacción total del cliente
- Esfuerzo por aumentar la eficiencia de los procesos

- Planeación estratégica de la calidad
- Liderazgo de la alta dirección
- Compromiso del personal aumento de la competencia del personal
- Empoderamiento de la calidad

Todos estos factores hay que llevarlos a cabo de manera conjunta, aprovechando las sinergias entre ellos (Jijón y Anastacio, 2018).

#### 4.1.3 Proceso de Certificación

La Organización Internacional de Normalización (ISO) no es el organismo encargado de emitir el certificado ISO 9001, solo determina los requisitos que debe cumplir la organización si quiere certificarse. La ISO delega la función de certificación en organismos de acreditación, que son específicos de cada país y que se encargan de vigilar los procesos de certificación.

En España, una empresa que quiera certificar su Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001 deberá contratar a una entidad de Certificación, acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC), que se encargará de auditar el sistema de gestión, evaluando si cumple con todos los requisitos de la norma y si está correctamente implantado en la empresa.

Antes de la auditoría externa, la empresa puede realizar auditorías internas para verificar si está preparada y ver si hay algún aspecto que ha de mejorar para obtener la certificación. Una vez obtenida la certificación hay que realizar revisiones periódicas para asegurar que se siguen cumpliendo los requisitos y poder superar las auditorías de renovación de la norma (CTMA Consultores, 2018).

En España la entidad por excelencia encargada de otorgar los certificados ISO es AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación).

En el Reglamento General de Certificación de Sistemas de Gestión y de sus marcas de conformidad de AENOR y el Reglamento Particular de Certificación de Sistemas de Gestión de la calidad que particulariza el primero para la

certificación de los sistemas de gestión de la calidad que son conformes con la norma UNE-EN ISO 9001 se establece el proceso de concesión, mantenimiento y renovación.

El proceso comienza con la solicitud de certificación a AENOR, con la particularidad de que la entidad que lo solicite tendrá implantado el sistema de gestión por un periodo mínimo de tres meses.

Si la solicitud procede, se llevará cabo una auditoría inicial cuya finalidad es comprobar si la organización cumple con los requisitos establecidos en la ISO 9001.

Los resultados de la auditoría se reflejan en un informe confidencial en el que se indicarán las no conformidades si las hubiera. En ese caso tendrán un plazo de 30 días naturales para presentar a AENOR el plan de acciones correctivas.

Una vez evaluada toda la información, si todo es correcto AENOR concederá el certificado. En ocasiones puede concederlo tras realizar una auditoría extraordinaria para verificar que se han solucionado las no conformidades.

Una vez concedida la certificación, AENOR emite un certificado de registro de empresa con validez de máximo tres años que permite a la empresa certificada usar la Marca AENOR de Sistemas de Gestión de Calidad Empresa Registrada UNE-EN ISO 9001.

**Figura 4.1:** Marca AENOR de Sistemas de Gestión de Calidad Empresa Registrada UNE-EN ISO 9001.



Fuente: AENOR, s.f.

AENOR realizará auditorías anuales de seguimiento para comprobar que se mantienen las condiciones con las que alcanzó la certificación y una auditoría de renovación al menos tres meses antes de que finalice el periodo de validez.

Por último, añadir que en un estudio realizado por Luis Valdés Peláez y Javier de la Ballina sobre los efectos de la combinación de estándares de calidad sobre los resultados empresariales en el sector hotelero se comprobó que existen sinergias entre los distintos estándares que existen, entre ellos la Q de Calidad Turística y la norma ISO 9001. Siendo el estándar Q la base de un proceso de estandarización progresiva de los hoteles españoles. La incorporación de la norma ISO 9001 ha demostrado que su utilidad es principalmente mejorar los resultados de tipo financiero, mientras que la utilidad de la norma Q es más de tipo comercial (Ballina y Peláez, 2016).

## 4.2 Marca Q de calidad turística del ICTE

### 4.2.1 Concepto

La marca Q de Calidad Turística es un distintivo nacional y específico del sector turístico concedido por el ICTE para certificar, de forma voluntaria, a aquellos establecimientos turísticos que cumplan unos requisitos mínimos exigidos por su norma de calidad (UNE) correspondiente.

“La marca Q es el elemento más visible de todo el sistema de calidad turístico español” (Foronda et al., 2009, citado en Mariño et al., 2012).

La representación gráfica de la Marca de Calidad se simboliza a través de la siguiente figura.

**Figura 4.2:** Marca de calidad turística española



*Fuente: Calidad Turística, s.f.*

Estar certificado con la Marca Q aporta prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigurosidad. Además de promoción por parte de la Secretaria de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas (Calidad Turística, s.f.).

Esto es así ya que para obtener el certificado han de superar estrictos procesos de auditoría. Las empresas auditoras homologadas por el ICTE para auditar las normas y especificaciones con las que el Instituto certifica “Q Calidad Turística” son: AENOR, ADOK Certificación, APPLUS, OCA Global, TÜV Rheiland, Bureau Veritas y SGS.

Las normas de calidad turística correspondientes a los subsectores turísticos que pueden obtener la Marca Q son las siguientes (AENOR, s.f.):

- Alojamientos Rurales, UNE 183001
- Establecimientos Balnearios, UNE 186001
- Campings y Ciudades de Vacaciones, UNE 184001
- Campos de Golf, UNE 188001
- Convention Bureaux, UNE 187005
- Empresas de Turismo Activo, UNE-ISO 21101
- Espacios Naturales Protegidos, UNE-ISO 18065
- Estaciones de Esquí, UNE 188002
- Establecimiento de Tiempo Compartido, UNE 185001
- Hoteles y Apartamentos turísticos, UNE 182001
- Instalaciones Náutico Deportivas, UNE 188004
- Ocio Nocturno, UNE 188005
- Oficinas de Información turística, UNE 14785
- Palacios de Congresos, UNE 187004
- Patronatos de Turismo, UNE 187007
- Playas, UNE-ISO 13009
- Servicios de Restauración, serie de normas UNE 167000
- Servicios Turísticos de Intermediación, UNE 189001
- Turismo industrial, UNE-ISO 13810

En la elaboración de estas normas se ha tenido en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes, de manera que se establecen una serie de requisitos enfocados a cubrir las exigencias de la demanda las cuales se conocen a partir de investigaciones de mercado (Camisón et al. 2006; Mariño et al., 2012).

Existen un total de 1412 entidades turísticas certificadas con la Marca Q, distribuidas en diferentes subsectores y comunidades autónomas como se puede observar en la tabla del Anexo I.

El sector turístico que, con diferencia, más certificaciones tiene son los hoteles y apartamentos turísticos con 361 empresas que poseen la certificación “Q de Calidad Turística” a nivel nacional.

Este Sistema de Gestión de la Calidad tiene cuatro componentes (Casadesús et al., 2010):

1. Normas de calidad específicas para cada uno de los subsectores turísticos, que definen el proceso, los estándares de servicio y los requisitos de calidad del mismo.
2. Un sistema de certificación mediante el cual las empresas auditoras garantizan que las empresas cumplan las normas.
3. La Marca Q de Calidad Turística.
4. El ICTE, el organismo responsable de su ejecución.

Es conveniente añadir que la certificación de Q calidad Turística es compatible con otros sistemas de gestión como con las normas ISO 9001, ISO 14001 o el Modelo EFQM.

#### 4.2.2 Proceso para la obtención del certificado

Los pasos que una entidad ha de seguir para obtener el certificado Q de Calidad Turística vienen descritos en el Reglamento General para la Certificación de Servicios Turísticos de Abril de 2017 y se resumen en tres: adhesión al ICTE, auditoría y certificación.

- Antes de iniciar el procedimiento, como es evidente, la entidad deberá implantar los requisitos de la norma correspondiente según el subsector turístico de que se trate.
- El procedimiento se inicia con la solicitud de adhesión al ICTE para la apertura de un expediente de la entidad turística. Este expediente se mantendrá abierto durante 2 años para comenzar los trámites y realizar la auditoría.

- La entidad recibe la norma que debe cumplir según el subsector de que se trate y un cuestionario de autoevaluación para conocer el grado de cumplimiento de dichas normas y saber si hay áreas que ha de mejorar para conseguir la certificación.
- Una vez adherida, la entidad solicita la certificación cumplimentando el impreso de solicitud de certificación y se envía al ICTE.
- El ICTE designa a un auditor externo para realizar el proceso de auditoría. El auditor emitirá el correspondiente informe y en caso de que haya que aplicar medidas correctoras la entidad dispondrá de 15 días.
- Si durante la auditoría se evidencia el cumplimiento de los requisitos técnicos, se obtiene la Q de Calidad Turística y se realizarán actividades de seguimiento y renovación con auditorías al menos una vez al año para verificar que las condiciones sobre las que se obtuvo la marca se mantienen.

Todos los trámites se gestionan a través de [www.calidadturistica.org](http://www.calidadturistica.org).

#### 4.2.3 Ventajas de la Marca Q Calidad Turística

El certificado Q de Calidad Turística supone ciertos beneficios tanto para las empresas certificadas como para los clientes de las mismas.

- Beneficios para el cliente
  - Garantía de calidad de los productos y servicios ofrecidos por las entidades certificadas.
  - Participación en la mejora continua como a través de quejas o sugerencias.
  - La profesionalidad del personal tiene como consecuencia una mayor confianza.
  - Adecuación de los servicios a las necesidades y expectativas del cliente.
  - Mayor seguridad a la hora de decantarse por uno u otro establecimiento.
- Beneficios para las empresas
  - Mejora de la gestión empresarial y por tanto de la competitividad.
  - Aumento de la formación del personal.

- Mejora de la eficacia.
- Mayor satisfacción del cliente ya que los servicios se adecuan a sus expectativas.
- Inmersión en un proceso de mejora continua del establecimiento.
- Reconocimiento por parte del sector y del cliente.
- Utilización de la Q como instrumento de promoción y comercialización (Calidad Turística, s.f.)

#### 4.2.4 Hoteles y apartamentos turísticos: Norma UNE 182001

Como hemos podido observar en la tabla de establecimientos certificados con la Q de Calidad Turística, los hoteles y apartamentos turísticos son el subsector que más certificaciones obtiene y se podría decir que es el más representativo del sector turístico.

Por ello vamos a describir los requisitos que exige la norma UNE 182001 que se pueden encontrar descritos brevemente en la ficha de normas turísticas sectoriales gratuitas que el ICTE pone a disposición a través de la página web [www.calidadturistica.es](http://www.calidadturistica.es).

La documentación sectorial técnica más amplia también está disponible en la misma página web, pero esta tiene un coste para acceder a ella.

La norma UNE 182001 está dirigida específicamente a hoteles, hoteles apartamentos y apartamentos, aunque también se puede aplicar a hostales y pensiones y a hoteles rurales siempre y cuando cumplan los requisitos que se establecen en su norma específica, la UNE 183001.

Los requisitos que tienen que cumplir para obtener la Marca Q incluyen requisitos de gestión y de servicios y si prestan eventos y servicios de animación también han de cumplir con los requisitos que la norma establece para ello.

Concretamente los requisitos que aparecen detallados en la ficha son (Calidad Turística, s.f.):

- Dirección

Se identifican los requisitos para la gestión de la organización: planificación, organización, gestión de recursos, comercialización, control y mejora continua.

- Alojamiento

Recursos humanos, gestión de reservas, llegadas (servicio de portería, check in y acomodo), atención continuada y equipamiento de habitaciones y apartamentos, facturación y salida.

- Restauración

Hace referencia a la planificación de la oferta gastronómica (desayunos, almuerzos y/o cenas), manipulación y elaboración, y prestación del servicio: buffet, menú, servicio de habitaciones, montaje, etc. El servicio de restauración es obligatorio para algunas categorías.

- Mantenimiento

Se definen las actividades mínimas de supervisión que deben realizarse en el alojamiento para asegurar el correcto estado y funcionamiento del mismo (mantenimiento preventivo, correctivo e inspecciones reglamentarias).

- Limpieza

Se definen los requerimientos necesarios para la realización de las rutinas de limpieza, cambio de lencería, reposición de artículos de acogida, etc. (plan de limpieza). Se establecen los requisitos de calidad de la lencería y servicio de lavandería.

- Aprovisionamiento

Se establecen requisitos para la gestión de compras: realización de pedidos, recepción de materias primas, almacenaje, y control y evaluación de proveedores.

- Animación

En este punto de la norma se definen las condiciones mínimas a aplicar en el caso de que se realicen actividades de animación: horarios, planificación y programa de actividades, etc.

Los hoteles y apartamentos que cumplen con los requisitos y consiguen certificarse con la Marca Q obtienen las ventajas que hemos mencionado en el apartado anterior.

En cuanto a las motivaciones para certificar la Marca “Q de Calidad Turística” en el sector de hoteles y apartamentos turísticos, se demuestra en el estudio de Álvarez et al. (2012) que hay dos tipos de motivaciones. Por un lado, motivaciones internas, como mejorar la calidad de los servicios prestados, mejorar los procesos y procedimientos internos de la empresa, mejorar la eficiencia y crear una conciencia de calidad.

Por otro lado, motivaciones externas como mejorar la imagen de la empresa, reforzar su ventaja competitiva respecto a la de los competidores y reducir el número de quejas.

El estudio revela que para estas empresas son más importantes las motivaciones internas que las externas.

Haciendo referencia a la relación entre la certificación de calidad del ICTE y los resultados y el tamaño de las cadenas hoteleras con presencia en España, los resultados del estudio realizado por Tarí et al. (2012) muestran que la certificación tiene efectos positivos en los resultados y que el tamaño de la cadena no es un factor importante para certificarse. Por lo que las cadenas hoteleras pueden mejorar la gestión de la calidad independientemente de su tamaño, aunque sea pequeña no tiene por qué tener mayores dificultades para adoptar prácticas de gestión de calidad.

Ahora podríamos plantearnos si el esfuerzo realizado por el alojamiento turístico para certificarse es percibido realmente por el turista que se aloja en el mismo ya que uno de los motivos por los que se apuesta por la calidad es la satisfacción de un cliente cada vez más exigente. Como se ha dicho anteriormente, el turista actual tiene acceso a multitud de información gracias a las nuevas tecnologías, en concreto, cabe mencionar los diversos portales de opinión que existen en internet, como *Booking*.

Un cliente satisfecho puede ser determinante en los clientes potenciales a través de valoraciones positivas en dichos portales.

Para saber si realmente existen diferencias en la satisfacción del cliente entre alojamientos certificados y no certificados con la “Q de Calidad Turística” observamos los resultados del estudio de Medina et al. (2016) en el que analizan si son mayores las puntuaciones que los clientes hacen en *Booking* (y por lo tanto mayor satisfacción) en los alojamientos de la misma categoría y localización con la Q que sin ella.

Los resultados revelaron que en los hoteles de tres estrellas las diferencias eran significativas, con lo que los directivos de estas empresas deben invertir en la certificación. En el caso de los hoteles de 5 estrellas no se encuentran diferencias y en los de cuatro estrellas no son lo suficientemente significativas para que compensen el esfuerzo realizado.

Entre comunidades autónomas también hay diferencias, no en todas se observan los efectos positivos de Q en los alojamientos como es el caso de Canarias, Madrid o Extremadura.

#### **4.3 “Safe Tourism Certified” del ICTE: un nuevo sello frente al Covid-19**

El actual contexto Covid-19 ha obligado a establecer medidas para reducir los riesgos de contagio ante la reapertura de los establecimientos turísticos.

Como ya mencionamos, la Asociación Española de Normalización, UNE, en colaboración con el ICTE y a petición de la Secretaria de Estado de Turismo, publicaron en mayo del presente año una serie de Especificaciones UNE 0066. El objetivo de estas es que las empresas de los diferentes subsectores turísticos las incorporen en su gestión diaria y poder prestar servicio en condiciones de seguridad. El ICTE las pone a disposición gratuita en la página web de Calidad Turística.

Las Especificaciones Técnicas UNE que se elaboraron para cada subsector se muestran en el Anexo II.

Para garantizar a los clientes que los establecimientos cumplen con las normas de prevención de riesgos para la salud frente al Covid-19, el ICTE ha creado la marca “*Safe Tourism Certified*” cuyo objetivo es transmitir al cliente un concepto de turismo seguro certificado (Calidad Turística, s.f.).

Este sello encaja dentro de la temática de calidad del presente trabajo, ya que trata de garantizar que el servicio prestado cumple con las expectativas de calidad sanitaria que tiene el cliente.

La representación gráfica de la Marca se simboliza a través de la siguiente figura.

**Figura 4.3:** “*Safe Tourism Certified*”



Fuente: Calidad Turística Hoy, 2020

Se trata de un sello turístico transversal ya que abarca los 21 subsectores de los que se elaboraron previamente los protocolos y que, como apunta Miguel Mirones presidente del ICTE, “sitúa a España de nuevo como pionera y líder mundial en materia de normalización y certificación en el ámbito turístico” (Calidad Turística Hoy, 2020).

#### 4.3.1 Proceso de auditoría y certificación “Safe Tourism Certified”

El proceso de auditoría y certificación solo deberán realizarlo aquellas organizaciones que no estén certificadas con Q de Calidad Turística.

Es un proceso similar al de la Marca Q: adhesión, auditoría y certificación.

- En primer lugar, las empresas interesadas en obtener este sello deberán adherirse al sistema y proporcionar los datos del establecimiento, con lo que recibirá unas claves para gestionar su expediente a través de

[www.calidadturistica.org](http://www.calidadturistica.org), que es desde donde se realizan todos los trámites del proceso al igual que con la Marca Q.

- Una vez adheridas al ICTE, deberán seleccionar de entre las empresas encargadas de la auditoría homologadas por el ICTE una empresa para que lleve a cabo el proceso de auditoría.
- Si el informe de la auditoría es correcto, se concederá el sello, si hubiera que tomar alguna medida correctora, disponen de cuatro semanas para elaborar un plan de acciones correctivas (PAC) (Calidad Turística, s.f.).

Multitud de empresas están interesadas en obtener esta certificación por lo que el ICTE está elaborando mecanismos para que todas las empresas certificadas con la Marca Q de Calidad Turística puedan acceder de forma más sencilla al sello “*Safe Tourism Certified*” (Calidad Turística Hoy, 2020).

Entre estas medidas cabe destacar que para aquellas empresas que ya cuenten con la Marca Q el tiempo de auditoría del “*Safe Tourism Certified*” es menor que para aquellas que no cuenten con ella. Además, la cuota de uso de marca anual “*Safe Tourism Certified*” es gratuita para aquellos establecimientos que disponen de la Q.

#### 4.3.2 Ventajas de la marca “*Safe Tourism Certified*”

Las ventajas de contar con el “*Safe Tourism Certified*” son las siguientes:

- Lograr un conocimiento fiable para que las entidades implanten las medidas de prevención de contagio y así se reduzca el riesgo tanto para los turistas como para los trabajadores del sector.
- Recuperar la confianza de los clientes haciéndoles sentir seguros mientras disfrutan de los servicios turísticos.
- Dar visibilidad al cliente de la adopción de medidas preventivas a través de una marca de un organismo oficial y fiable cuyas auditorías las realizan auditores externos.
- Supone un elemento diferenciador para las organizaciones certificadas.

#### 4.3.3 Primeras empresas certificadas con el sello “*Safe Tourism Certified*”

Las primeras instituciones, empresas y establecimientos que tras superar auditorías independientes han logrado certificarse con el nuevo sello en Junio de 2020 son las siguientes:

- Museu de les Ciències i el Hemisfèric ubicado en la Ciutat de les Arts y les Ciències de Valencia
- Hotel Bellavista de Sevilla
- Restaurante Cinco Jotas de Sevilla
- Restaurante La Cocina de San Antón de Madrid
- Restaurante Tirabuzón de Cádiz
- Viajes Azul Marino de Vizcaya

Estas primeras certificaciones evidencian la transversalidad antes mencionada del nuevo sello ya que se trata de empresas pertenecientes a diferentes subsectores turísticos y están repartidas por diferentes Comunidades Autónomas.

#### 4.3.4 Controversia con un nuevo sello no oficial frente al Covid-19: Sello “*Covid Free*”

El proceso de reapertura de múltiples establecimientos del sector turístico en España tras detener su actividad durante aproximadamente dos meses ha provocado que surjan varios sellos para atraer a los clientes transmitiendo sensación de seguridad frente al virus y generando confianza de nuevo.

Así surgió la idea de una etiqueta “*Covid free*” la cual ha desatado una gran polémica.

**Figura 4.4:** Sello “*Covid Free*”



Fuente: OCU, 2020

El sello "Covid Free" o Libre de Virus se están extendiendo por toda España, sin que haya ningún tipo de normativa clara sobre quien ofrece estos certificados y cuáles son los requisitos para conseguirlos.

La OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) y la Confederación Española de Comercio (CEC) han advertido contra este tipo de sellos debido a que ofrecen una falsa imagen de seguridad y han solicitado al Ministerio de Sanidad que se prohíban.

La OCU explica que "lamentablemente, por mucho que nos gustara que fuera así, no es posible garantizar con ningún sello que un establecimiento esté libre de coronavirus", insistiendo en que "se puede asegurar que se ha desinfectado, pero no que permanezca así en el momento en que vuelva a abrirse" (Romera y Ruiz-Tagle, 2020).

## **5. CONCLUSIÓN**

Las certificaciones en materia de calidad son, hoy en día, un factor clave para las empresas del sector turístico. Su fin es exteriorizar que entre sus objetivos estratégicos está prestar un servicio de calidad y que están comprometidos a cumplir los requisitos que establecen las distintas normas.

De este modo consiguen diferenciarse y obtener una ventaja competitiva ya que atraen a los clientes que buscan garantía de calidad en el servicio.

La Q de Calidad Turística es una certificación exclusiva de la calidad en el sector turístico español concedida por el ICTE a aquellas empresas que cumplan unos requisitos mínimos exigidos por su norma de calidad (UNE) correspondiente. Este sello no solo contribuye a una mayor satisfacción del cliente al cumplir sus expectativas, sino que además mejora la eficiencia de la empresa y sus resultados. No obstante, esto último solo sucede cuando las empresas interiorizan realmente los requisitos de la marca y no solo desean el sello por pura imagen, lo cual en mi opinión sucede más de lo que debería.

A nivel internacional también existen sellos relacionados con la calidad, como ISO 9001, que intentan conseguir un nivel de calidad homogéneo entre todas las

organizaciones certificadas. ISO 9001 establece los requisitos para certificar un sistema de gestión de calidad y aunque no sea específico del sector turístico, cada vez son más las empresas turísticas que cuentan con este sello para competir en mercados internacionales y conseguir diferenciarse.

Tal es la importancia de la calidad en el turismo que, ante la actual situación provocada por el Covid-19, el ICTE ha creado un nuevo sello, el “*Safe Tourism Certified*”, para garantizar a los clientes que los establecimientos certificados cumplen con las garantías sanitarias que prometen.

Esta es la única certificación oficial en este sentido, ya que a raíz del actual contexto sanitario han surgido diversas controversias con sellos como el “*Covid Free*” cuyas garantías son un tanto cuestionables.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ GARCÍA, J., FRAIZ BREA, J. A., Y DEL RÍO RAMA, M. D. L. C. (2012): “Análisis de las motivaciones para certificar la marca “Q de calidad turística”: Sector de alojamiento”. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa (IEDEE)*, 18(1), pp. 101-121.

ÁLVAREZ, J., DEL RÍO, M. D. L. C., SÁNCHEZ, A. D., & ORGAZ, B. U. (2017): “Sistema de calidad turístico español: revisión de la literatura”. *Ágora*, 19(2), pp. 04-13.

ASENSI, S. S., SOLER, V. G., & BERNABEU, E. P. (2017): “Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001”. *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico, Edición Especial*, pp.10-18.

CAMISÓN, C.; CRUZ S.; GONZÁLEZ, T. (2006): “Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas”. Pearson Educación S.A., Madrid.

CASADESÚS, M.; MARIMON, F. Y ALONSO, M. (2010): “The future of standardised quality management in tourism: evidence from the Spanish tourist sector”, *The Service Industries Journal*, Vol. 30, No. 14, pp. 2457-2474.

DE LA BALLINA BALLINA, F. J., & PELÁEZ, L. V. (2016): The effects of the combination of quality standards on company results in the hotel sector". *Universia Business Review*, (52), pp. 198-221.

DJOFAK, S. (2012): "Análisis del impacto del sistema de calidad ISO 9001 y del sistema de calidad turística española en empresas y organizaciones turísticas: un estudio empírico en baleares". Palma de Mallorca: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de las Islas Baleares

FORONDA, C.; GARCÍA, A.M. (2009): "La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: Planes Renovados", *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 89-110.

JIJÓN, A. F. B., & ANASTACIO, M. M. B. (2018): "Factores claves del éxito de las organizaciones que han adoptado la norma ISO 9001". *INNOVA Research Journal*, 3(2), pp. 123-135.

LLORENS, F. Y FUENTES, M. (2005): "Gestión de la Calidad Empresarial. Fundamentos e implantación". Ediciones Pirámide. Madrid.

MARIÑO ROMERO, J.A., SÁNCHEZ FRANCO, M.J., MARTÍN VELICIA, F.A. Y HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, J.M. (2012): "Aproximación a la calidad en el sector turístico español: planes y herramientas". En *Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo* (pp. 541-557), Sevilla: Facultad de Turismo y Finanzas.

MARTÍNEZ, J. A. G. (2015): "Guía para la aplicación de UNE-EN ISO 9001: 2015". AENOR.

MEDINA, M. L. F., ESTÁRICO, E. H., & MARRERO, S. M. (2016): "Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español". *Cuadernos de turismo*, pp. 203-226.

TARÍ, J.J., PEREIRA, J. Y MOLINA, J.F. (2017): "Gestión de la calidad en el turismo". Editorial síntesis, S.A., Madrid.

TARÍ, J.J., PEREIRA, J., MOLINA, J.F. Y LÓPEZ-GAMERO, M.D. (2016): "Beneficios del Certificado de Calidad". *Universia Business Review*, 50, pp. 106-140.

TARÍ, J.J., PEREIRA, J., M.D. (2012): “Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las cadenas hoteleras”. *Universia Business Review*, 34, pp. 52-67.

## 7. WEBGRAFÍA

AENOR (s.f.): “Calidad Turística (Q)”. Disponible en: <https://www.aenor.com/certificacion/turismo-y-ocio/calidad-turistica>  
[consulta:16/07/20]

AENOR (s.f.): “Sector turismo y Ocio-Certificaciones”. Disponible en: <https://www.aenor.com/certificacion/turismo-y-ocio> [consulta:16/07/20]

Anfitriones Turismo (s.f.). Disponible en: <http://www.anfitrioneturismo.es/porque-formarse-en-anfitriones/>  
[consulta:05/07/20]

Calidad turística (s.f.). Disponible en: <http://www.calidadturistica.es/index.aspx>  
[consulta:06/07/20]

Calidad Turística en Destinos (s.f.). Disponible en: <https://www.calidadendestino.es/Contenidos/InformacionGeneral.aspx>  
[consulta:05/07/20]

Calidad Turística Hoy (15 de Mayo de 2020): “Publicadas las Especificaciones UNE para reducir riesgos frente al COVID-19 en el turismo”. Disponible en: <https://www.calidadturisticaahoy.es/ESP/m/36/1393/general/Inicio/Publicadas-las-Especificaciones-UNE-para-reducir-riesgos-frente-al-COVID-19-en-el-turismo> [consulta:19/06/20]

Calidad Turística Hoy (5 de Junio de 2020): “Primeras empresas certificadas con el sello Safe Tourism Certified otorgado por el ICTE”. Disponible en: <https://www.calidadturisticaahoy.es/ESP/m/36/1394/general/Inicio/Primeras-empresas-certificadas-con-el-sello-Safe-Tourism-Certified-otorgado-por-el-ICTE>  
[consulta:18/06/20]

Calidad Turística Hoy (8 de Mayo de 2020): “El ICTE, con el apoyo del sector, lanza el sello “Safe Tourism Certified” para 21 subsectores turísticos españoles”.

Disponible en:  
<https://www.calidadturistica hoy.es/ESP/m/7/1390/general/Noticias/EI-ICTE--con-el-apoyo-del-sector--lanza-el-sello-Safe-Tourism-Certified-para-21-subsectores-turisticos-espano> [consulta:18/06/20]

CTMA Consultores (28 de Febrero de 2018): “¿Qué son los certificados ISO y para qué sirven? Todos sus tipos y características”. Disponible en:  
<https://ctmaconsultores.com/certificados-iso/#Certificados ISO de Gestion de la Calidad> [consulta: 17/07/20]

Cuenta Satélite del Turismo de España. Serie 2016-2018. Última nota de prensa. Disponible en:  
[https://www.ine.es/dynqs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dynqs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863) [consulta:17/06/20]

Cuenta satélite del Turismo de España. Base 2010. Serie contable 2010-2017. Disponible en:  
[https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/base\\_2010/serie/l0/&file=05001.px#!tabs-tabla](https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/base_2010/serie/l0/&file=05001.px#!tabs-tabla) [consulta:04/07/20]

ISO. (2015). Norma Internacional. Traducción oficial. Sistemas de gestión de la calidad-Requisitos. Ginebra: Organización Internacional de Normalización. Disponible en:  
[http://www.tracotamsa.com.mx/ISOS/ISO%209001\\_2015%20SGC%20ESPA%C3%91OL.PDF](http://www.tracotamsa.com.mx/ISOS/ISO%209001_2015%20SGC%20ESPA%C3%91OL.PDF) [consulta:31/08/20]

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (s.f.): “Evolución del Sistema de Calidad Turístico Español”. Gobierno de España. Disponible en:  
<https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/Paginas/evolucion-SCTE.aspx> [consulta:05/07/20]

OCU (18 de Mayo de 2020): “Los sellos Covid Free no garantizan nada”. Disponible en:  
<https://www.ocu.org/consumo-familia/derechos-consumidor/noticias/sellos-covid-free> [consulta:19/06/20]

Ramera, J. y Ruiz-Tagle, J. (4 de Junio de 2020): “El sello 'Covid Free' se extiende en toda España ante la pasividad de Sanidad”. El Economista. Disponible en:  
<https://www.eleconomista.es/empresas->

[finanzas/noticias/10584290/06/20/EI-sello-Covid-Free-se-extiende-en-toda-Espana-ante-la-pasividad-de-Sanidad.html](https://www.finanzas/noticias/10584290/06/20/EI-sello-Covid-Free-se-extiende-en-toda-Espana-ante-la-pasividad-de-Sanidad.html) [consulta:19/06/20]

Reglamento General de Certificación de Sistemas de Gestión y de sus Marcas de Conformidad (16 de Diciembre de 2016). Disponible en: [https://www.aenor.com/Certificacion\\_Documentos/Reglamentos/7841\\_Reglamento\\_General\\_Certificaci%C3%B3n\\_SG\\_y\\_sus\\_Marcas\\_Conformidad\\_20170101.pdf](https://www.aenor.com/Certificacion_Documentos/Reglamentos/7841_Reglamento_General_Certificaci%C3%B3n_SG_y_sus_Marcas_Conformidad_20170101.pdf) [consulta:17/07/20]

Reglamento General para la Certificación de Servicios Turísticos (Abril de 2017). Disponible en: <http://www.calidadturistica.es/index.aspx> [consulta:06/07/20]

Reglamento Particular de Certificación de Sistemas de la Calidad (1 de Diciembre de 2017). Disponible en: [https://www.aenor.com/Certificacion\\_Documentos/Reglamentos/RP-CSG-001%20Rev.01%20\(Nx\).pdf](https://www.aenor.com/Certificacion_Documentos/Reglamentos/RP-CSG-001%20Rev.01%20(Nx).pdf) [consulta:17/07/20]

## ANEXOS

### ANEXO I: Establecimientos certificados con la Q de Calidad Turística

	Andalucía	Aragón	Asturias	Baleares	Canarias	Cantabria	Castilla la Mancha	Castilla y León	Cataluña	Ceuta	Comunidad Valenciana	Extremadura	Galicia	La Rioja	Madrid	Malilla	Murcia	Navarra	País Vasco	Otros Países	TOTAL	
<b>Albergues Turísticos / Hostels</b>																						
Alojamientos Rurales	1		2		2		8	1			1		27				1	7	1			51
Alojamientos Sostenibles	1																					1
Balnearios	4	5				3	3		1			3	7	1			1	3	1			32
Campings	2		1						2		8		4	1			1	6				25
Campos de Golf	1			1		2																4
Convention Bureaux	1	1	1								2						1		1			7
Destinos Turísticos Inteligentes											1											1
Espacios Naturales Protegidos	1	5						10	4			1		1			2	1				25
Espacios Públicos Singulares																						
Estaciones de Esquí		1				1			3													5
Formación y Cualificación de Guías de Turismo																						
Hoteles y Apts Turísticos	44	12	6	6	29	9	15	21	27	1	56	12	79	4	9	1	7	13	10			361
Museos	1										4				1				1			7
Ocio Nocturno																						
Oficinas de Información Turística	45	4	7		3	7	2	9	7		29		8	1	10		6		13			151
Otros Servicios Vinculados al Turismo	7	3	2		3				17		11		3		24		2		5			77
Palacios de Congresos	5					1					1				1		1		1			10
Patronatos de Turismo			1					5														6
Playas	102		3	24	1	11			15	2	53		20				40		1			272
Puertos Deportivos	2			4							4		14									24
Servicio de Azafatas																						
<b>Servicios de Restauración</b>	97	1	9			3	1	6	3		17		63		6		5	4	22			237
<b>Servicios Turísticos de Intermediación</b>	10								1		1	1	39		2		1		6			61
Tiempo Compartido																						
Transportes Turísticos	3			2					3		5		2									15
Turismo Activo									1				3									4
Turismo de Salud				1											1							2
Turismo Industrial - Visitas Guiadas	4					1	2	2			3		15	6			1					34
<b>TOTAL</b>	<b>331</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>31</b>	<b>54</b>	<b>84</b>	<b>3</b>	<b>196</b>	<b>17</b>	<b>284</b>	<b>15</b>	<b>53</b>	<b>1</b>	<b>69</b>	<b>34</b>	<b>62</b>		<b>1.412</b>	

Fuente: *Calidad Turística, s.f.*

### ANEXO II: Especificaciones Técnicas UNE frente al Covid-19

- Especificación UNE 0066-01 Balnearios
- Especificación UNE 0066-02 Hoteles y apartamentos turísticos
- Especificación UNE 0066-03 Agencias de viajes
- Especificación UNE 0066-04 Campings y ciudades vacacionales
- Especificación UNE 0066-05 Servicios de restauración
- Especificación UNE 0066-06 Alojamientos rurales
- Especificación UNE 0066-07 Campos de golf
- Especificación UNE 0066-08 Guías de turismo
- Especificación UNE 0066-09 Museos y sitios patrimoniales
- Especificación UNE 0066-10 Oficinas de información turística
- Especificación UNE 0066-11 Albergues-Hostels
- Especificación UNE 0066-12 Turismo activo y ecoturismo

- Especificación UNE 0066-13 Visitas a bodegas y otras organizaciones industriales, lugares naturales, culturales e históricos
- Especificación UNE 0066-14 Ocio nocturno
- Especificación UNE 0066-15 Instalaciones náutico-deportivas y actividades náuticas
- Especificación UNE 0066-16 Espacios naturales protegidos
- Especificación UNE 0066-17 Empresas de autocares turísticos, rent a car, transporte por cable y transporte turístico acuático
- Especificación UNE 0066-18 Parques de atracciones y de ocio
- Especificación UNE 0066-19 Turismo MICE
- Especificación UNE 0066-20 Playas
- Especificación UNE 0066-21 Espacios públicos singulares