



14.2.13 - La qualitat I

La qualitat en turisme es defineix com la **relació entre les expectatives i la realitat** del que rep el visitant durant la seva estada globalment.

Un **client satisfet** és el que ha rebut un servei igual o per sobre de les expectatives que s'havia fet abans d'arribar al nostre municipi.

La qualitat, però, no és estàtica, **és un concepte dinàmic**, ja que hi ha un procés constant **d'evolució de les necessitats i expectatives dels clients**. El terme **cercle de qualitat** és molt utilitzat pels experts en aquest tema i il·lustra molt bé la necessitat de mantenir una tensió constant en tots els elements que componen l'oferta turística.

ex.

Imaginem-nos un restaurant amb un xef de primera línia, menjars exquisits, un *maître* excepcional, coberts i vaixel·la de luxe, ambient selecte i decoració rica i sofisticada... Però quan el cambrer ha servit la sopa, ho ha fet ficant-hi un dit al plat. En aquest moment, tot l'esforç dels altres elements del restaurant ha anat per terra. **Un sol element de tot el cercle qualitatiu ha posat en qüestió la qualitat global de l'oferta.**



14.2.14 - La qualitat II

La qualitat, doncs, té a veure tant amb els **elements bàsics de l'oferta turística** com amb el conjunt de **tots els altres factors**, que, com hem dit abans, formen part també de **l'oferta global** del municipi.

En l'anàlisi dels aspectes qualitatius de la nostra oferta turística haurem, doncs, de tenir en compte el **nivell de qualitat dels nostres establiments turístics**, amb processos que veurem amb més detall en tractar de l'estructura de la nostra oferta. També, però -i aquí és on té un paper fonamental l'Administració municipal- haurem d'avaluar la qualitat de:

- **Els recursos turístics.**
Els seus valors específics, la seva adequació per a les visites, els accessos, la interpretació, la conservació i el manteniment, etc.
- **Els equipaments i serveis públics.**
El nivell de les seves prestacions, la seva adequació a l'activitat turística, etc.

Encara quedariem curts si no avaluéssim qualitativament els **altres components** -dels quals ja hem parlat- de la nostra oferta global, com per exemple: els transports, la senyalització, les comunicacions, el medi ambient, l'urbanisme, etc.



14.2.15 - La qualitat III

L'Administració municipal té un **doblet rol en la gestió de la qualitat global** de la destinació turística:

- D'una banda, ha **d'incentivar la qualitat** del seu sector turístic, tant per la via de la cooperació en programes de formació, com en la implantació de sistemes que dinamitzin la qualitat dels establiments turístics.

ex.

En moltes destinacions turístiques apareix un **distintiu de qualitat** que certifica que l'establiment que l'exhibeix **compleix uns paràmetres qualitatius** preestablerts. També se sol relacionar l'autorització per utilitzar la marca genèrica de la destinació amb aquests paràmetres i, en alguns casos, amb la inclusió dels establiments de qualitat en promocions especials.

- D'altra banda, l'Administració municipal ha de **controlar la qualitat** de la destinació pel que fa a:
 - o **Els recursos, equipaments i serveis** que la mateixa Administració gestiona.
 - o **El conjunt de l'oferta turística** del municipi, amb l'aplicació de les normatives i regulacions de cada subsector turístic.

En tot cas, convé, des de l'Administració local i des de les entitats privades o mixtes que intervinguin en el turisme, **ser bel·ligerants amb els serveis de baixa qualitat** que malmeten la percepció qualitativa global de la destinació.

No oblidem que **un dels principals objectius de la qualitat és la fidelització dels turistes** i, aquests, probablement no tornaran si s'han sentit decebuts en un establiment, recurs, equipament o servei, encara que la resta funcioni perfectament.