



28.2.13 - La qualitat dels productes i serveis turístics I

Anteriorment, en el moment d'avaluar la nostra oferta turística en aquest procés de planificació hem tractat la qualitat. Sabem, doncs, que hi ha una **percepció global de la qualitat d'una destinació turística** i això forma part d'una **estratègia global qualitativa del municipi**. Si més no, a l'hora de convertir la nostra oferta en productes, és el moment també de **concretar aquesta qualitat** en tots i cada un dels elements que els componen.

La percepció més directa del nivell de qualitat d'un producte es dona en la **prestació dels serveis turístics**. En quins components ens hem de fixar per garantir aquesta percepció de **qualitat**?

- **Fiabilitat.** Produir el servei de forma fiable i correcta.
- **Capacitat de resposta.** Ajudar el client i prestar el servei amb la rapidesa adequada.
- **Competència.** Habilitat i coneixements necessaris per prestar el servei.
- **Accessibilitat.** Facilitat per poder connectar i tractar el personal de servei.
- **Cortesia.** Educació, respecte, consideració i amabilitat del personal de servei.
- **Comunicació.** Fer-se entendre i escoltar els clients.
- **Credibilitat.** Honestetat del proveïdor del servei.
- **Seguretat.** El client s'ha de sentir lliure de riscos, mals o dubtes.
- **Comprensió del client.** L'esforç per entendre el client i les seves necessitats.
- **Tangibles.** La imatge i prestacions de les instal·lacions físiques i equipaments.

Gran part d'aquests components té a veure amb les **persones** que presten els serveis i és per això que resulta tan important la **formació en qualitat** dels equips humans.



28.2.14 - La qualitat dels productes i serveis turístics II

Però per saber que planifiquem bé o que ho estem fent bé des del punt de vista qualitatiu, **necessitem medir la qualitat**. Com podem fer-ho?

Eines de control de la qualitat

Hi ha moltes i diverses maneres de controlar la qualitat i, normalment, se n'utilitzen una o diverses a l'hora:

- **Qüestionaris**. Per poder saber què en pensa el client.
- **Telèfons, portals electrònics interactius i oficines d'atenció**. Per atendre totes les queixes dels clients.
- **Estudis d'opinió**. Globals o sobre aspectes puntuals.
- **Auditories de qualitat**. A partir d'uns paràmetres preestablerts s'avalua la qualitat dels serveis. En les auditories és habitual utilitzar el sistema del "client espia", que no és més que un auditor que, actuant com un client convencional, analitza el servei rebut.



28.2.15 - La qualitat dels productes i serveis turístics III

Sistemes de qualitat

Procediments preestructurats que tendeixen a millorar la qualitat dels serveis de l'empresa. Solen **definir tots els processos** per arribar al nivell de qualitat exigible i **atorguen una identificació o distintiu** que avala que l'empresa segueix aquests procediments.

Podem citar, entre altres:

Les certificacions de qualitat ISO

Atorgades per l'International Organisation for Standardization.

Inclou una certificació de qualitat en el procés (ISO 9001) i una certificació de qualitat ambiental (ISO 14001).
[Enllaç web.](#)

La Q del ICTE

Atorgada per l'Institut per a la Qualitat Turística Espanyola, es refereix al reconeixement en la gestió i els serveis de tota mena d'empreses i serveis turístics. Inclou allotjaments, agències de viatges, espais naturals, platges, estacions d'esquí i oficines d'informació o platges, entre altres tipologies. [Enllaç web.](#)

L'EMAS

Referida a qualitat mediambiental i atorgada per la UE. [Enllaç web.](#)

En molts casos, ser sensibles a la qualitat i concretar-la en els nostres productes no necessita sistemes gaire sofisticats ni controls costosos. Cal, però, que sempre:

- Determinem amb claredat quin nivell qualitatiu volem assolir.
- Establim els paràmetres, globals i per subsectors d'activitat, que s'han de complir per assolir el nivell qualitatiu.
- Definim qui i com decideix que un producte turístic o un servei compleixen aquests paràmetres de qualitat.

Formar un **Grup de Competitivitat** és el més adequat per sumar els esforços de tots els gestors del sector turístic d'un municipi o d'una zona turística de cara a posar en marxa processos de qualitat.



Has finalitzat aquest punt de teoria.
A continuació, torna al tauler i accedeix
a la següent casella.