

RUTA de la Reactivación Turística



CICLO 1

Sostenibilidad Turística
"Mi Nariño por un
turismo sostenible"

Clases Virtuales
Desde
Lunes Lunes
Mayo 02 al 09 Mayo

desde
8:00 am
12:00 m

CICLO 2

Calidad Turística
"Mi Nariño por un
turismo con Calidad"

Clases Virtuales
Desde
Lunes Viernes
Mayo 09 al 20 Mayo

desde 9 al 13 de mayo
4:00 pm
6:00 pm
desde 13 al 20 de mayo
8:00 am
10:00 am



BIENVENIDOS

Formación para la innovación turística de Nariño.

CALIDAD TURÍSTICA

Docente: CLARA INÉS SÁNCHEZ ARCINIEGAS





Gobernación
de Nariño



4

Estrategias de la calidad turística: sistemas de acreditación y certificación

Parte 1

Calidad Turística:

"Es 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 con 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"

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

CALIDAD



CONCEPTO DE
PRODUCTO

CONCEPTO DE
SERVICIO

Empresa es toda organización de propiedad pública o privada cuyo objetivo se genera en:

- ✓ Actividad económica que requiere de los factores de capital, trabajo y tecnología.
- ✓ Actividad social por medio de la prestación de servicios, satisfacción de necesidades de recreación, generadora de empleos y proyectiva de efectos socioculturales.
- ✓ Actividad humana o de servicios exclusivamente
- ✓ Actividad comercial o intercambio de servicios en el contexto del mercado turístico



Cadena de valor



Concepto de Servicio

Conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien.

La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.



Un producto es cualquier ofrecimiento (*objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas*), que tiene la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo.

Entonces ¿qué es el **producto turístico**?



Producto turístico



Planta, infraestructura,
equipamientos

Servicios, actividades,
imágenes y valores
simbólicos

BIENES Y
SERVICIOS



Calidad: factor determinante de la competitividad

La clave

Optimizar
ventajas
comparativas

Construcción de
ventajas
competitivas

Valoraciones cuantitativas y
cualitativas.

¿Qué implica la calidad?



Fuente: Mincit 2020

Hacia un sistema de calidad turística

- ◆ En el producto turístico, la calidad debe ser realmente significativa.
- ◆ El cliente es cada vez más exigente.
- ◆ Considerar como prioritaria la existencia de una serie de expectativas personales que el turista desea cumplir.
- ◆ En ese escenario, la implantación de la mejora de la calidad es más compleja debido a que las expectativas del cliente con respecto al servicio y el producto turístico son diferentes en cada persona; por lo que la **normalización** esta sujeta a subjetividad.

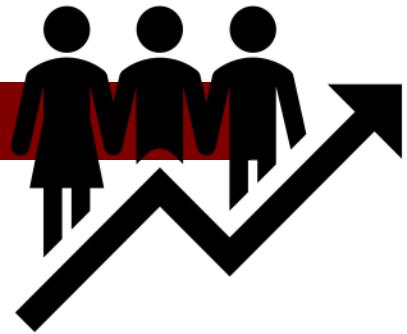
Hacia un sistema de calidad turística



Sin embargo, se puede afirmar que un **sistema de calidad turística** se puede implementar en 5 fases:

- 1) Observar la demanda
- 2) Definición del servicio: que ofrece y como se ofrece.
- 3) Auto diagnóstico: ¿qué servicio ofrezco? ¿qué errores cometo?
- 4) Mejora de la calidad del servicio turístico.
- 5) Evaluación de los resultados: **auditorias y certificación.**

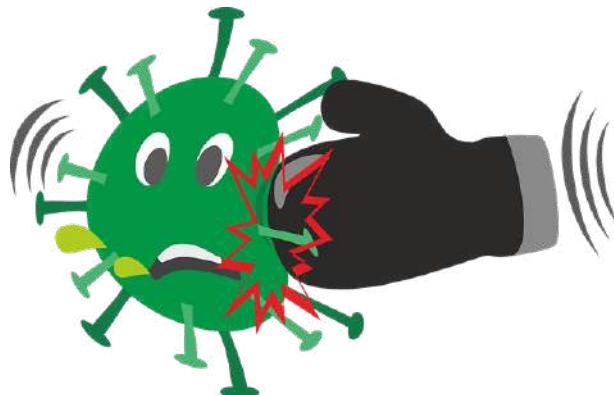
¿Y QUÉ DE LOS EMPRENDIMIENTOS?



<https://www.youtube.com/watch?v=f7D9l4s02xI>



TALLER DE REFLEXIÓN SEGÚN EL VIDEO



¿Has experimentado algún fracaso?



¿Te has levantado o reinventado de algún fracaso?



¿Percibes algún riesgo para tu negocio?



Lo importante es afrontar las adversidades

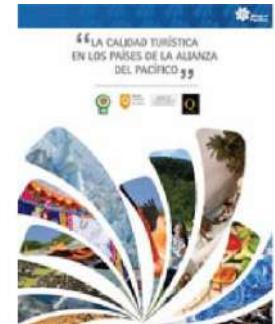
MODELOS NORMATIVOS

Extensión sectorial

- ✓ TURISMO

Modelos de aseguramiento

- Certificación
- Planes, Políticas de calidad
- Sistemas de Calidad
- Normalización
- Gestión ambiental

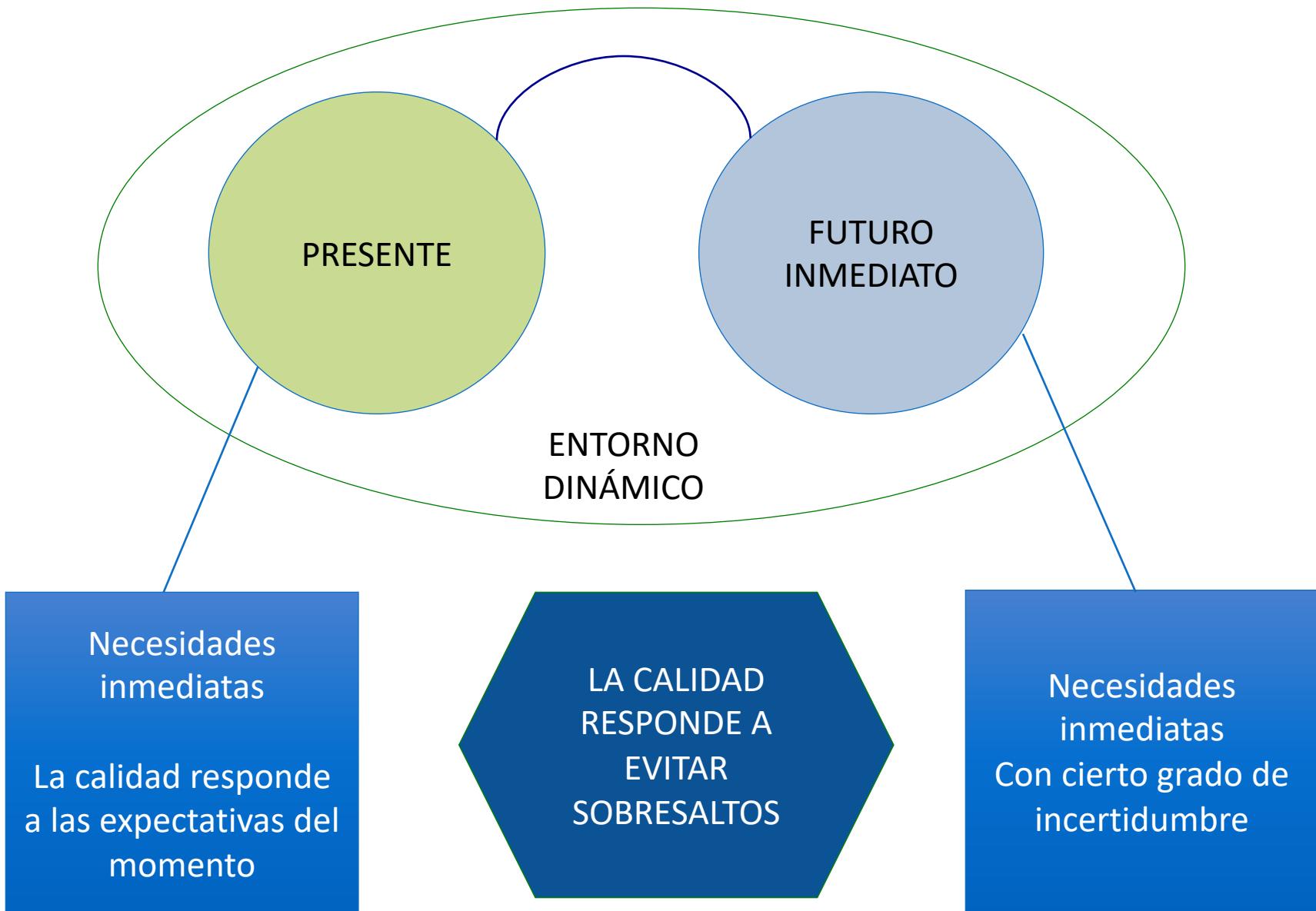


¿ Y QUÉ ES LA CERTIFICACIÓN?

- ✓ Las CERTIFICACIONES DE CALIDAD se relacionan con el previo establecimiento de una norma o un referencial.
- ✓ La norma o referencial se elabora buscando un CONSENSO sobre los mínimos estándares o características que debe tener un producto o servicio.
- ✓ Cuando se tienen los MÍNIMOS, se llega a la certificación.

Será el resultado de un proceso en el que una serie de auditores calificados de una entidad de certificación acreditada, garantice que un producto o un sistema de gestión se ajustan a las características de la norma que se ha tomado como referencia.

PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS



¿QUÉ SE REQUIERE PARA AFRONTAR LOS PROBLEMAS?

Según Ramírez Cavassa:

- INNOVACIÓN en el servicio (cambio, adaptación, compromiso con el TURISTA).
- Mejoramiento del servicio en términos del PRODUCTO TURÍSTICO, DESEMPEÑO DEL PRESTADOR y SATISFACCIÓN DEL TURISTA.
- INVESTIGACIÓN como medida de aseguramiento de la calidad.
- INVERSIÓN en investigación y capacitación.
- MANTENIMIENTO INTEGRAL del sistema (instalaciones, estructuras, medios, procesos, etc.)

EMPRESAS TURÍSTICAS - EL SERVICIO TURÍSTICO



El concepto de calidad total responde a la satisfacción plena del turista en términos de atención, buen servicio, bienestar, seguridad, expectativas que se traducen en felicidad.



Gobernación
de Nariño



¡EN DEFENSA
DE LO NUESTRO!

4

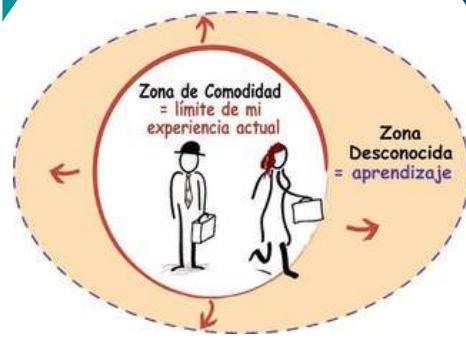
Estrategias de la calidad turística: sistemas de acreditación y certificación

Parte 2

SE REFIERE A MODIFICACIONES SUSTANCIALES A ESQUEMAS,
SISTEMAS Y COMPORTAMIENTOS

RESISTENCIA
AL CAMBIO

NECESIDAD
DE CAMBIO



EMPRESAS TURÍSTICAS - ¿CÓMO SE OPERA EL CAMBIO?

- ✓ En la manera de pensar
 - ✓ Del directivo
 - ✓ Del trabajador

La FILOSOFÍA administrativa se debe regir por la estrategia de CALIDAD TOTAL :

Eliminar lo
contraproducente

- Evitar errores antes que corregirlos
- Teniendo conciencia de la excelencia
- Buscando la permanencia de la empresa en el largo plazo

Rompiendo paradigmas: <https://www.youtube.com/watch?v=Ff3CKVtQgV0>

Ratatouille

TALLER DE OBSERVACIÓN SOBRE EL VIDEO:

¿Qué pasó?



EMPRESAS TURÍSTICAS - ¿CÓMO SE OPERA EL CAMBIO?

Cambios en la cultura de la empresa turística:

(Según Ramírez Cavassa)

- Relación de directivos y trabajadores
- Programar, no improvisar
- Formular metas para acercarse a “cero defectos” en función del turista
- Prevención de errores

CULTURA:

Conocimientos que orienta la relación interna y externa entre trabajadores y entre trabajador y turista.



PREMISAS BÁSICAS:

- El cliente de un servicio por lo general es más exigente que el de un producto.
- El perfil del turista responde a trato, consideración, comodidad, confort, seguridad y satisfacción.
- La percepción de la calidad varía de un turista a otro. (nivel socioeconómico, entorno cultural, hábitat, nivel de educación, etc.)



HOTEL IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS ****
HOTEL ECONÓMICO PARA NEGOCIOS Y DISEÑO
[Ver las fotos del hotel de ibis](#)



Información práctica

- Máximo de habitaciones: 2000
- Documentos del hotel: Es el número de los invitados
- Teléfono: +44 203234 1100 (00)

DIRECCIÓN
IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS
100 EUSTON ROAD, NW1 2SD, LONDRES, REINO UNIDO

Dirección del hotel
A Condado: Londres
MAPA: LONDRES
LONDRES INTERNACIONAL

Acceso al hotel
GPS: 51.5111° N 000.1277° W 000.0000°
Horario: 07:00-23:00

Contacto con el hotel

- Tel: +44 203234 1100
- Fax: +44 203234 1100
- E-mail: ibis.london.euston@ibis.com

Reservar sus próximas vacaciones
Reservar en línea

La opinión de nuestros clientes sobre el ibis Londres Euston St Pancras

Opiniones de clientes recientes sobre este establecimiento (ver más opiniones)

IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS
"Muy buena atención"
Un cliente de 2013. Al "ibis Londres Euston St Pancras" Reino Unido

Excelente ubicación y personal muy amable. Desayuno completo. Los precios son razonables y no te das cuenta de que estás en el centro de Londres.

IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS
"Muy buena atención"
Un cliente de 2013. Al "ibis Londres Euston St Pancras" Reino Unido

El servicio es muy bueno, el desayuno es rico y variado. La atención es excelente. Recomiendo este hotel.

IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS
"Muy buena atención"
Un cliente de 2013. Al "ibis Londres Euston St Pancras" Reino Unido

La atención del hotel muy buena. Los habitaciones como están las más limpias. Los camas y plazas son muy buenas. La atención excelente se lleva a cabo por la atención del hotel y su personal.

IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS
"Muy buena atención"
Un cliente de 2013. Al "ibis Londres Euston St Pancras" Reino Unido

El hotel es muy tranquilo y lejos del bullicio de la ciudad. Los servicios son muy buenos y el personal es muy amable.

IBIS LONDRES EUSTON ST PANCRAS
"Excelente calidad y atención"

Un cliente de 2013. Al "ibis Londres Euston St Pancras" Reino Unido

Excelente atención y una experiencia en este hotel, muy buena atención y calidad de servicios. El precio es muy razonable y vale 100%. El desayuno es bueno y los habitaciones están muy bien.

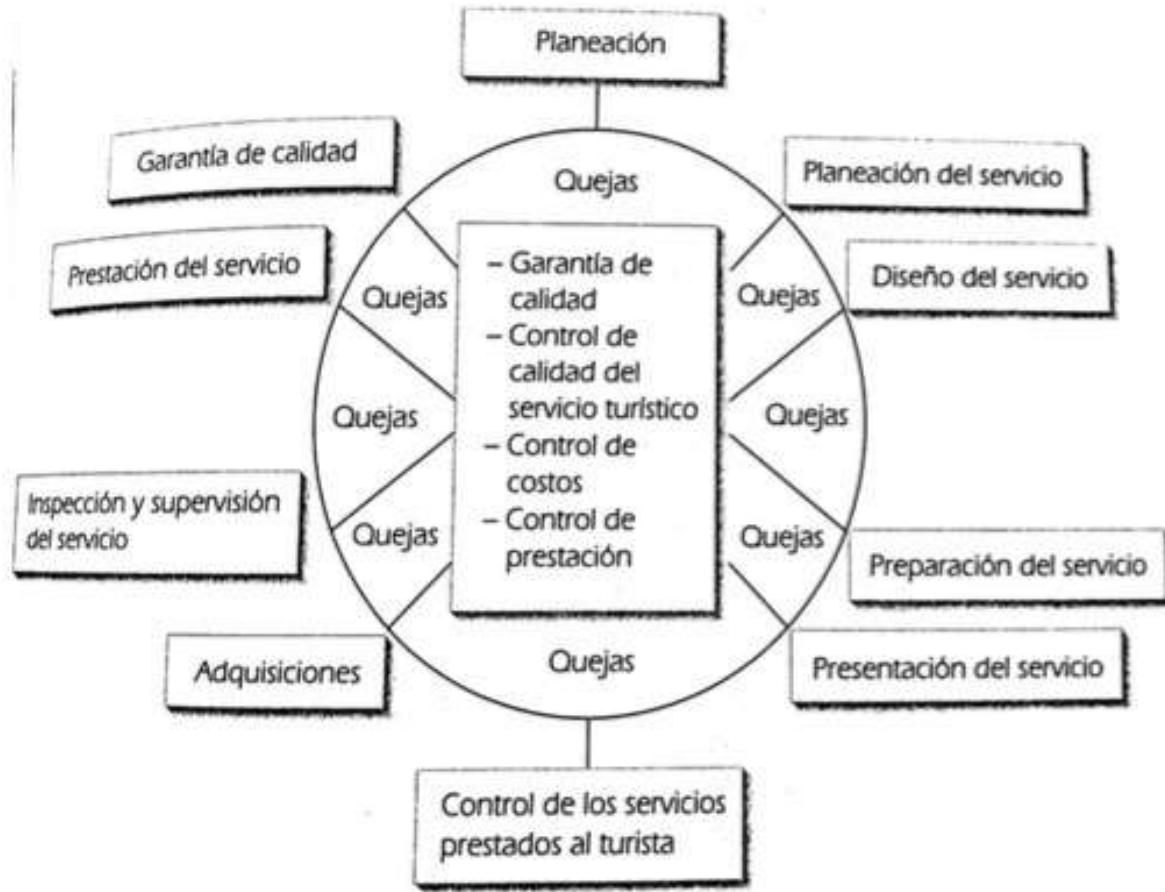
Lugar de trabajo para mí, la atención es



ESTRATEGIA EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO

1. El eje central es el turista
2. Estrategia de calidad orientada al turista
 - Calidad de todos los prestadores de servicios turísticos
 - Calidad del recurso humano
 - Calidad en procesos y procedimientos
 - Calidad de los insumos y materias primas
 - Calidad en la infraestructura de los servicios
 - Calidad de la información
3. Diferenciación del producto y buena relación costo/beneficio
4. Considerar las fases del servicio y que cada una responda a lo ofertado en función de las expectativas del turista.

PLANEACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO



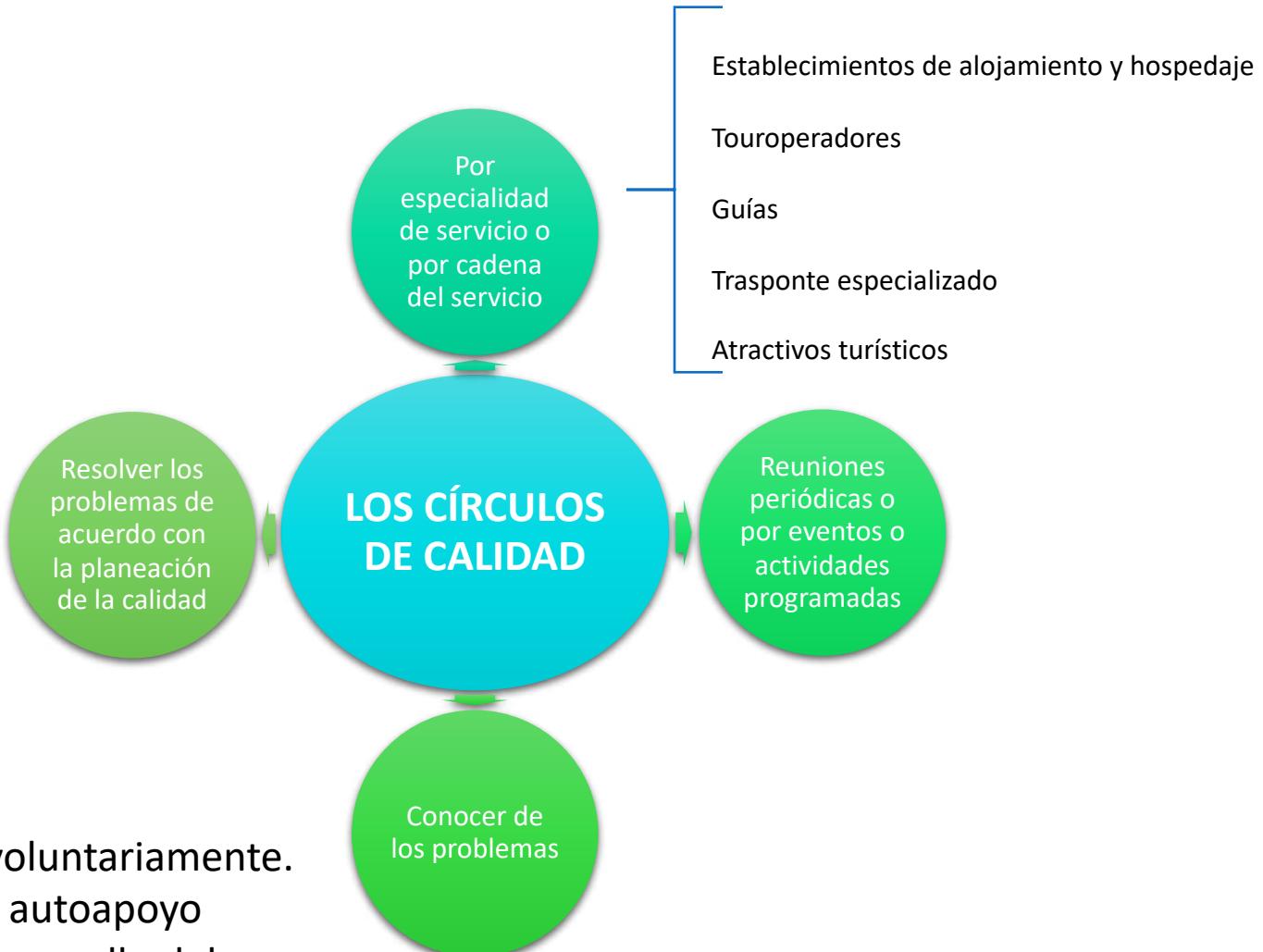
Fuente esquema: Cesar Ramírez Cavassa



- ✓ Formular la política de calidad
 - ✓ Planear el adiestramiento de la calidad en todos los niveles
 - ✓ Coordinar la implantación de la calidad en todos los niveles
- ✓ Escuchar al cliente directo y el “eco” de nuestros servicios

Fuente: Clara Inés Sánchez (Mincit)

MODOS DE ORGANIZACIÓN Y FORMAS DE DISTINCIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA





SECRETARÍA DE TURISMO
DEL ESTADO DE QUERÉTARO



CÍRCULO
DE LA MODA
DE BOGOTÁ



MODOS DE ORGANIZACIÓN Y FORMAS DE DISTINCIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA

SELLOS, MARCAS Y FRANQUICIAS

✓ SELLO DE CALIDAD TURÍSTICA Y CERTIFICACIÓN

El Sello de Calidad Turística es un distintivo que se le otorga a todos los y las prestadores(as) de servicios turísticos que están certificados en alguna de las normas de calidad turística existentes. Por lo general se certifican por una certificadora debidamente acreditada por los organismo de calidad.

✓ MARCA TURÍSTICA

Para Blain et al. (2005), la marca turística es el conjunto de actividades de marketing encaminadas a apoyar la creación de un nombre, símbolo o cualquier otro gráfico que identifica y diferencia un destino, que transmite de forma continua la expectativa de una experiencia asociada únicamente a ese lugar, que sirven para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino, y que reduce costes y riesgos para el consumidor.

MODOS DE ORGANIZACIÓN Y FORMAS DE DISTINCIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA

SELLOS, MARCAS Y FRANQUICIAS

✓ FRANQUICIA

Según la RAE, es una concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada.

- Franquicias de ocio y viajes
- Franquicias “low cost”
- Franquicias hoteleras

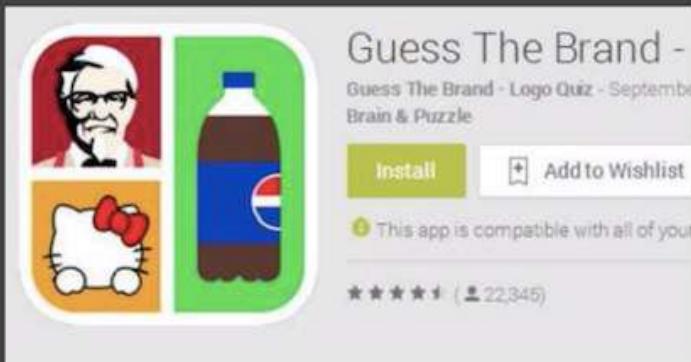
LA HOTELERIA Y EN LOS RESTAURANTES DE CADENA SON UN BUEN EJEMPLO. LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD LOS DEFINE LA FRANQUICIA.



Signos Distintivos

Marca:

“Cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en un mercado”



La marca debe ser **distintiva** y no debe inducir a engaño.

Branding: Construcción de una marca



La cultura
es de todos

Mincultura

"Macetas de alfeñique de Cali "

Tradición de celebrar con los ahijados
en junio 29 (San Pedro y San Pablo)



Incluido en la LRPCI y se
aprobó su PES mediante
Res. 3469 de 2013 de
Mincultura

Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial- PCI

Trenzado de la Cañaflecha del pueblo Zenú



Mopa Mopa
Barniz de Pasto

Mayo 30 de 2018



El progreso
es de todos

Gobierno
de Colombia
Mincomercio



¡NO a la ESTAFADA del
PÚBLICO
Vanguardia Popular

DEMOC

JUVENTUD



pasto
ARTICULOS



0:01 / 2:29





LOGROS

90 COMUNIDADES ATENDIDAS

- Adquirir conocimiento sobre los derechos de propiedad intelectual y su potencial aplicado a la artesanía.
- Contar con herramientas legales que fortalecen sus ventajas competitivas ante el mercado.
- Participar con sus productos en eventos académicos y feriales para posicionamiento y comercialización.

DENOMINACIONES DE ORIGEN (15) - ARTESANALES (12)

Tejeduría Zenú



Sombrero de Sandoná



Tejeduría Wayúu



Cerámica Negra de La Chamba



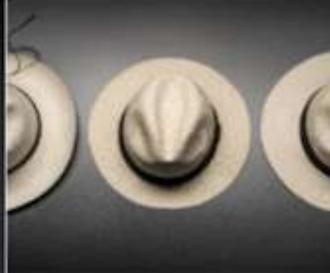
Tejeduría San Jacinto



Cerámica del Carmen de Viboral



Sombrero de Suaza



Sombrero Aguadeño



Chiva de Pitalito



Mopa Mopa
Barniz de Pasto



Cerámica Ráquira



Cestería de Guacamayas



Pausa (k)





<https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

Medellín, primer Destino Turístico Inteligente de Colombia



BUSCAR

Entradas recientes

[El turismo sostenible es la única estrategia de crecimiento posible en la UE](#)

[El Ayuntamiento de Córdoba mejora la accesibilidad a los Patios 2022](#)



Gobernación
de Nariño



¡EN DEFENSA
DE LO NUESTRO!

5

La calidad turística en Colombia

Plan Sectorial de Turismo 2018-2022

"TURISMO EL PROPÓSITO QUE NOS UNE"

Mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.

➤ ACCIONES EN CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL





Limitantes Al Desarrollo Turístico

- Marcada estacionalidad del mercado nacional.
- Informalidad
- Infraestructura turística deficiente en destinos y rutas.
- Promoción nacional sin paquetes diseñados que faciliten la toma de decisiones.
- Limitado desarrollo de estrategias digitales.
- Relación calidad/precio no competitivo en los planes turísticos internacionales.
- Insuficiente promoción de la oferta de paquetes turísticos a nivel internacional con vuelos regulares o con operaciones chárter.
- Ausencia política estructurada e integrada para atraer IED grandes cadenas hoteleras, aerolíneas, parques temáticos y de diversiones.

Fuente: PST-MinCIT

Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022

Principal herramienta para el desarrollo de las regiones.

- 1.** Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
- 2.** Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística.
- 3.** Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
- 4.** Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
- 5.** Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
- 6.** Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad

Fuente: PST-MinCIT

POLÍTICA DE CALIDAD



Mejorar los niveles de **calidad** en la prestación de los servicios turísticos al generar una **cultura de excelencia** en los **prestadores** de servicios turísticos y **destinos**, como estrategia para posicionar a **Colombia** como un destino **diferenciado, competitivo y sostenible**



Calidad Turística en la legislación

- Artículo 69: Creación de USN con cada uno de los subsectores.
- Artículo 70: Control de las certificadoras de Calidad.

1996

2012

- Artículo 3 Numeral 10: Prioridad de la calidad en servicios y destinos turísticos.
- Artículo 5: Obligación NTS sostenibilidad y turismo de aventura.

- ARTÍCULO 12. MODIFICACIÓN DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1558 DE 2012
- MINCIT determinará niveles de calidad, según el tamaño y las capacidades de los PST; las características de los atractivos y destinos turísticos.
- Condiciones de homologación de esquemas de certificación nacionales e Internacionales públicos o privados.

2020

PROCESO DE NORMALIZACIÓN ACTUAL

PASO DE NTS* A NTC**



*Normas Técnicas Sectoriales de Calidad

**Normas Técnicas Colombianas

Fuente: MINCIT 2021

UNIDADES SECTORIALES DE NORMALIZACIÓN

SUBSECTOR
Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje
Tiempo Compartido
Establecimientos de la Industria Gastronómica
Turismo Sostenible
Guías de Turismo
Agencias de Viajes

Fuente: MINCIT 2014

Normas Técnicas Sectoriales



Fuente: MINCIT 2020

Normas Técnicas Sectoriales de turismo Sostenible

¿Qué es turismo sostenible?

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las **repercusiones** actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. UN WTO

Dimensiones del turismo sostenible

Garantizar uso óptimo de los
recursos medioambientales

Respetar la autenticidad
sociocultural de las
comunidades de acogida

Viabilidad y equilibrio
socioeconómico

ESTRUCTURA GENERAL DE LAS NORMAS DE SOSTENIBILIDAD

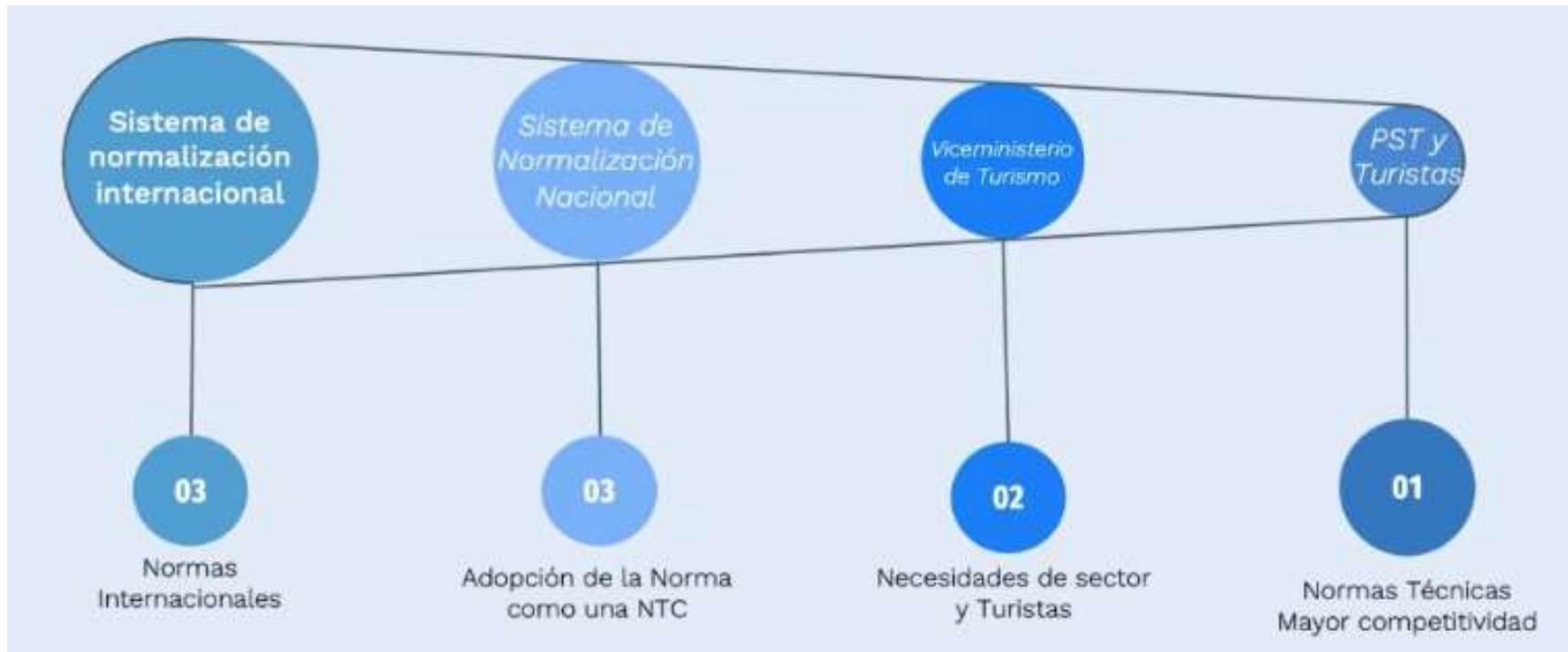


Normas de turismo sostenible en Colombia

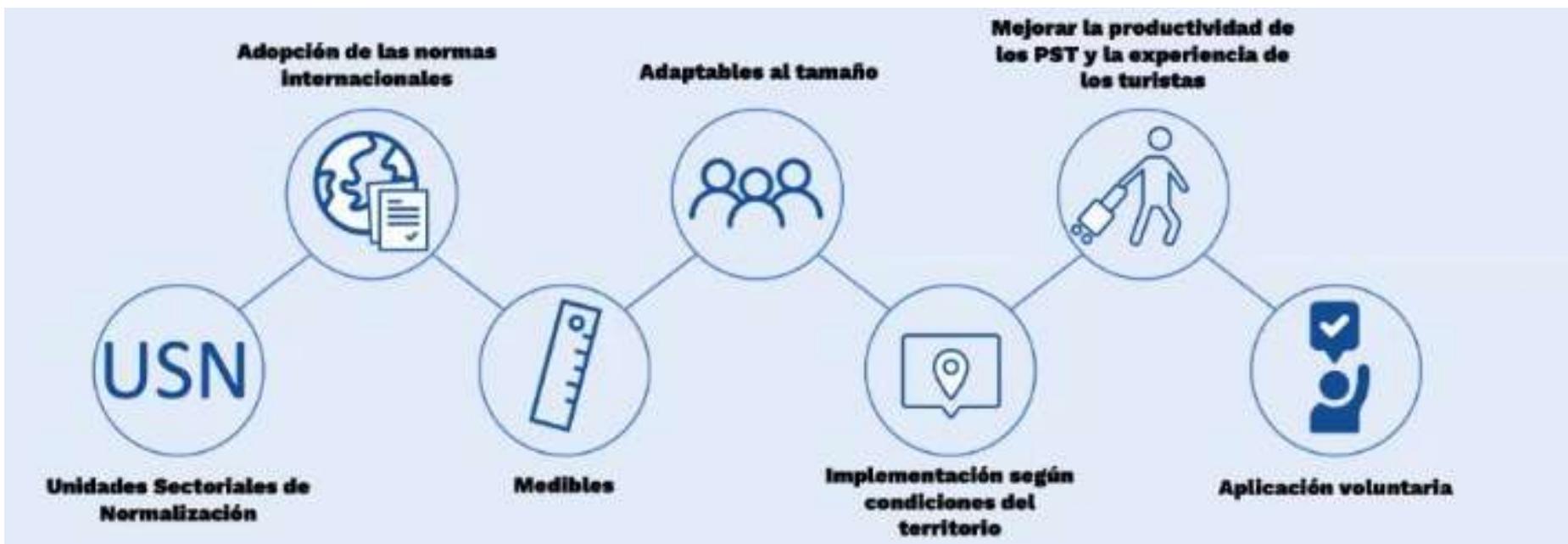


Fuente: MINCIT 2018

NUEVO PROCESO DE ACTUALIZACIÓN DE NORMAS.



NUEVO PROCESO DE ACTUALIZACIÓN DE NORMAS.



NUEVO PROCESO DE ACTUALIZACIÓN DE NORMAS NORMAS TÉCNICAS COLOMBIANAS EXPEDIDAS 2020-2021



Alojamiento

NTC 6503 Sistema de gestión de sostenibilidad para alojamiento

NTC 6504 Sistema de gestión de sostenibilidad para tiempo compartido y multipropósito

GTC 327 Especificaciones ambientales para establecimientos



Turismo de Aventura

NTC 6523 Turismo de aventura

NTC-ISO 21101 Turismo de aventura- Sistemas de gestión de seguridad



Guías de turismo

NTC 6507 Sistema de gestión de sostenibilidad para guionaje



Eventos

NTC 6487 Sistema de gestión de sostenibilidad para eventos

NUEVO PROCESO DE ACTUALIZACIÓN DE NORMAS NORMAS TÉCNICAS COLOMBIANAS EXPEDIDAS 2020-2021



Transporte

NTC 6505 Sistema de gestión de sostenibilidad para transporte turístico

NTC 6506 Sistema de gestión de sostenibilidad para transporte turístico automotor



Buceo

NTC-ISO 11121 Servicio de buceo recreativo

NTC-ISO 13289 Servicio de buceo recreativo

NTC-ISO 24803 Servicios de buceo recreativo



Gastronomía

NTC 6496 Sistema de gestión de sostenibilidad para establecimientos gastronómicos



Agencia de viajes

NTC 6502 Sistema de gestión de la sostenibilidad para agencias de viajes. Requisitos

NUEVO PROCESO DE ACTUALIZACIÓN DE NORMAS. SELLO CHECK IN CERTIFICADO.



Taller análisis de Normas Técnicas Colombianas

Fecha: 25 de abril de 2022

1. Objetivo: realizar análisis a la norma técnica colombiana de turismo, correspondiente al tipo empresa relacionada con el subsector escogido en proyecto integrador, como adelanto a los aspectos a incorporar en la tercera entrega.
- NTC 6502 — Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para Agencias de viajes.
- NTC 6487 — Sistema de Gestión de la Sostenibilidad Para eventos.
- NTC 6504 — Sistema de gestión para la sostenibilidad para Empresas de Tiempo Compartido
- NTC 6505 — Sistema de gestión para la sostenibilidad para Transporte Turístico
- NTC 6506 - Sistema de gestión para la sostenibilidad para transporte terrestre automotor

Taller análisis de Normas Técnicas Colombianas

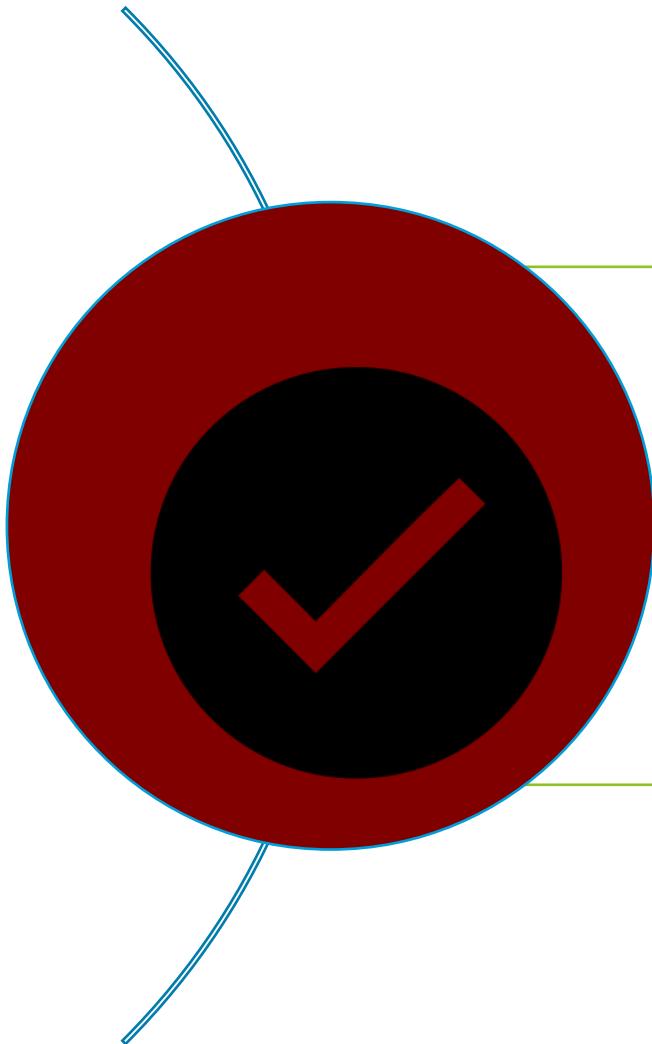
2. Actividades a Realizar:

- a) Cada grupo debe leer detalladamente todos los aspectos contenidos en la NTC correspondiente al tipo de subsector seleccionado
- b) De acuerdo con los requisitos establecidos en la norma correspondiente, realice una guía resumen paso a paso, de los contenidos de la norma, con ejemplos de cómo una empresa del subsector seleccionado, puede hacer una adopción o implementación de la norma correspondiente. Máximo 2 páginas.

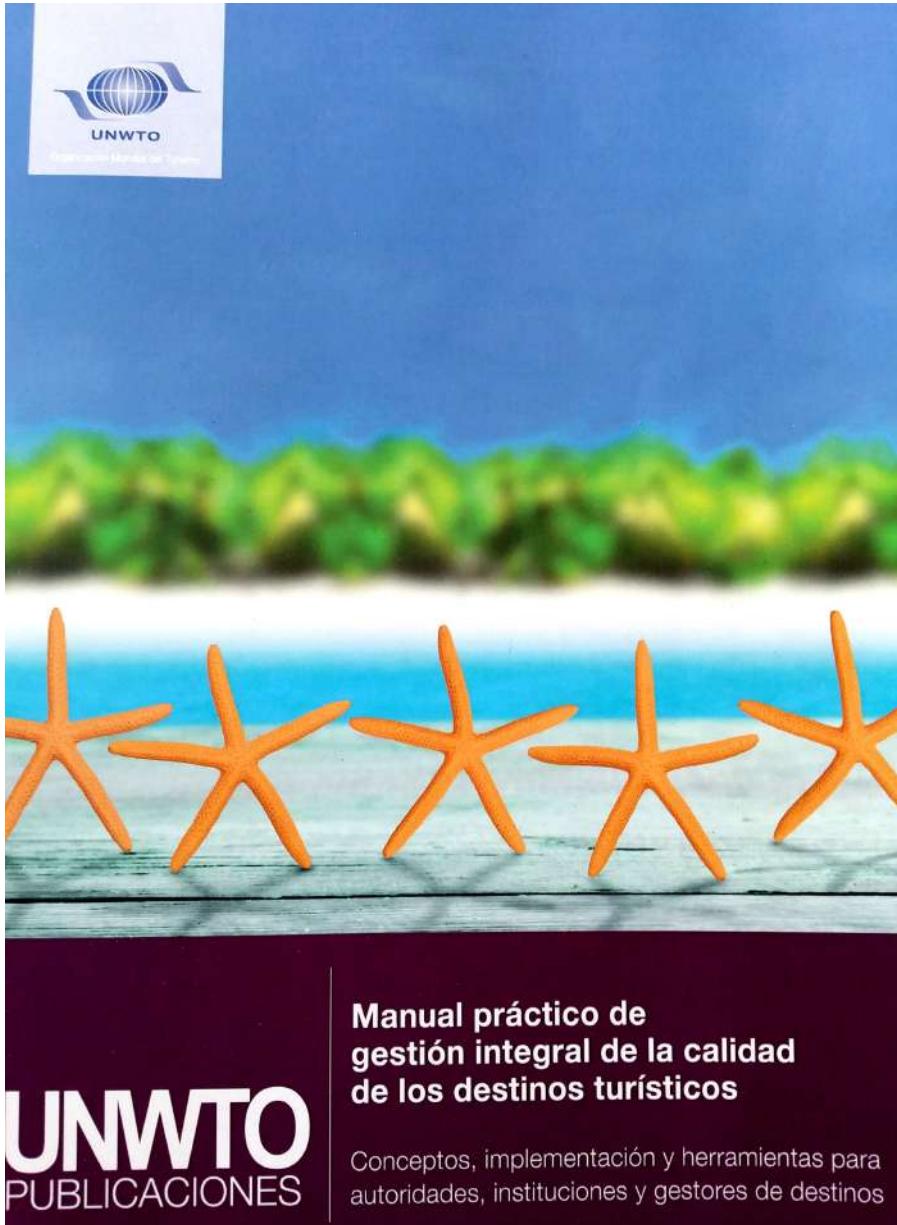
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN - VIDEO



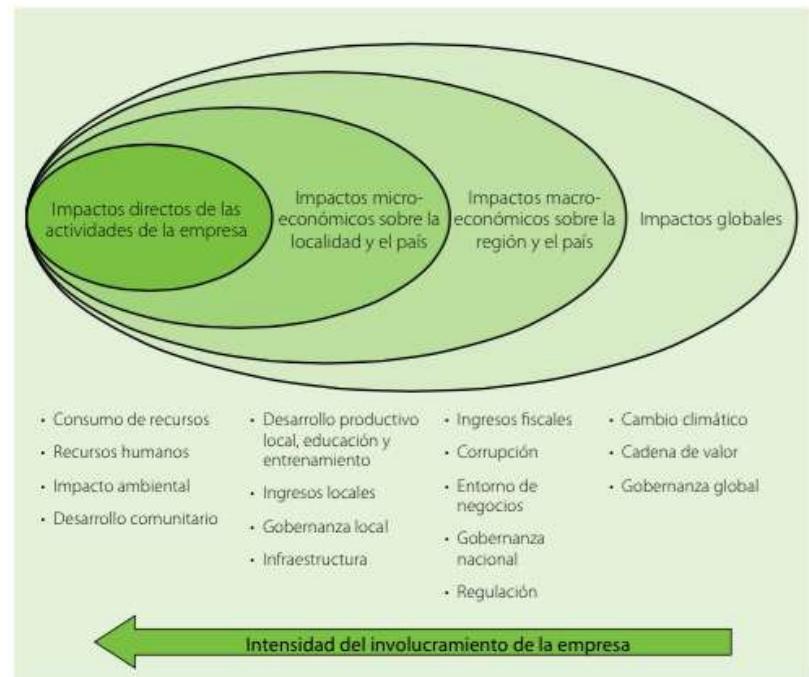
... Para finalizar



La calidad total aplicada a
las empresas y destinos
turísticos: una mirada a
nuestra realidad



LA PREOCUPACIÓN POR LA **CALIDAD** TRASCIENDE LAS EMPRESAS. HOY, CONCEPTOS COMO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ENGLOBAN EL CONCEPTO DE CALIDAD..



Fuente: Antonio Vives para el BID - FOMIN

“En el ámbito del turismo la calidad no consiste únicamente en producir “cero defectos” y cumplir con los requisitos básicos, sino que además, implica un plus de atención, innovación y excelencia.

No se trata simplemente de atender las expectativas del cliente, sino de ir más allá. ”

Víctor Gorga para UNWTO.

Ejemplo de MALA y BUENA atención al cliente  en un Restaurante HD
2022 -ELG ASESORES LATANOAMERICA

<https://www.youtube.com/watch?v=7uX0h85Xwds>

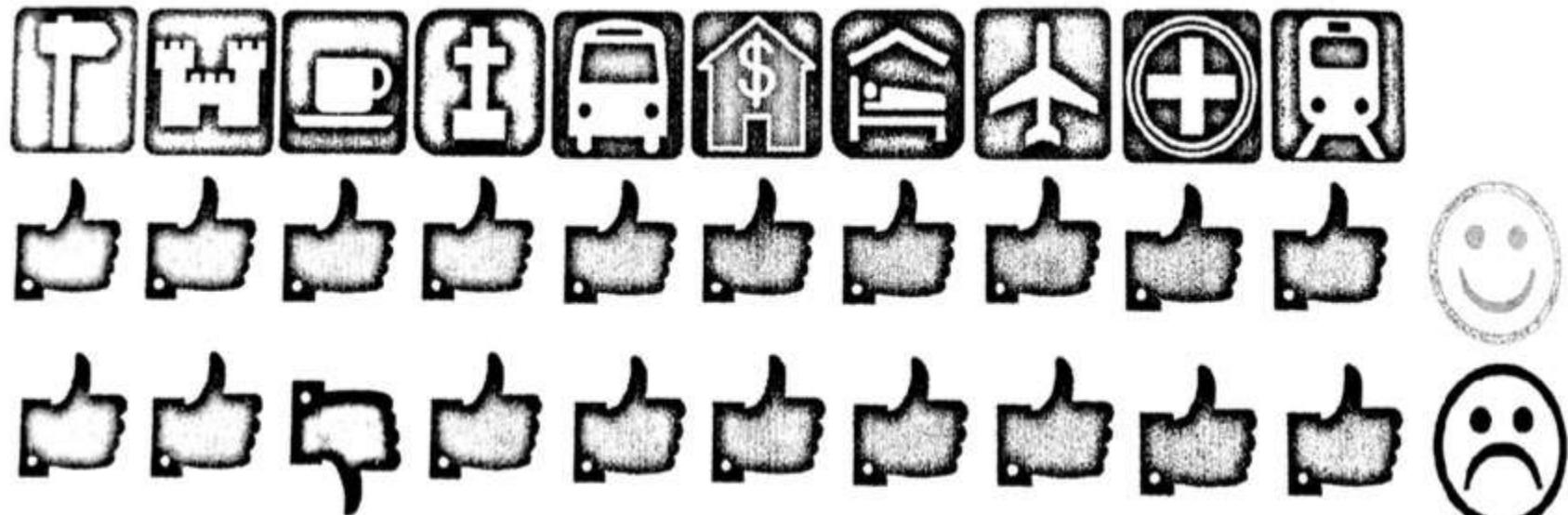
REFLEXIÓN: ADEMÁS DEL CONCEPTO DE “CERO DEFECTOS”, QUÉ OTROS FACTORES EXTERNOS PERO RELACIONADOS CON LA CALIDAD OBSERVARON?

Aspectos que diferencian la calidad en turismo

- ✓ Interacción entre prestatarios y consumidores en el momento de la producción (servicio)
- ✓ Simultaneidad entre producción (servicio) y consumo
- ✓ Venta de utilidades vivenciales y simbólicas
- ✓ Intangibilidad de muchos de sus componentes
- ✓ Heterogeneidad

Fuente: adaptado de OMT

CADENA DE VALOR DEL TURISMO QUE OPERA EN UN DESTINO



Fuente: Consultora Leo Partners-Adaptación

Hay servicios e insumos que dependen de la gestión pública del destino y que afectan positiva o negativamente la prestación del servicio como cadena de valor.

Por ende, la RESPONSABILIDAD es COMPARTIDA

Ejercicio en clase: identifique cuales corresponden al sector público y cuales al privado.

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos.

CADENA TRADICIONAL DE VALOR DEL TURISMO



NUEVA RED DE VALOR

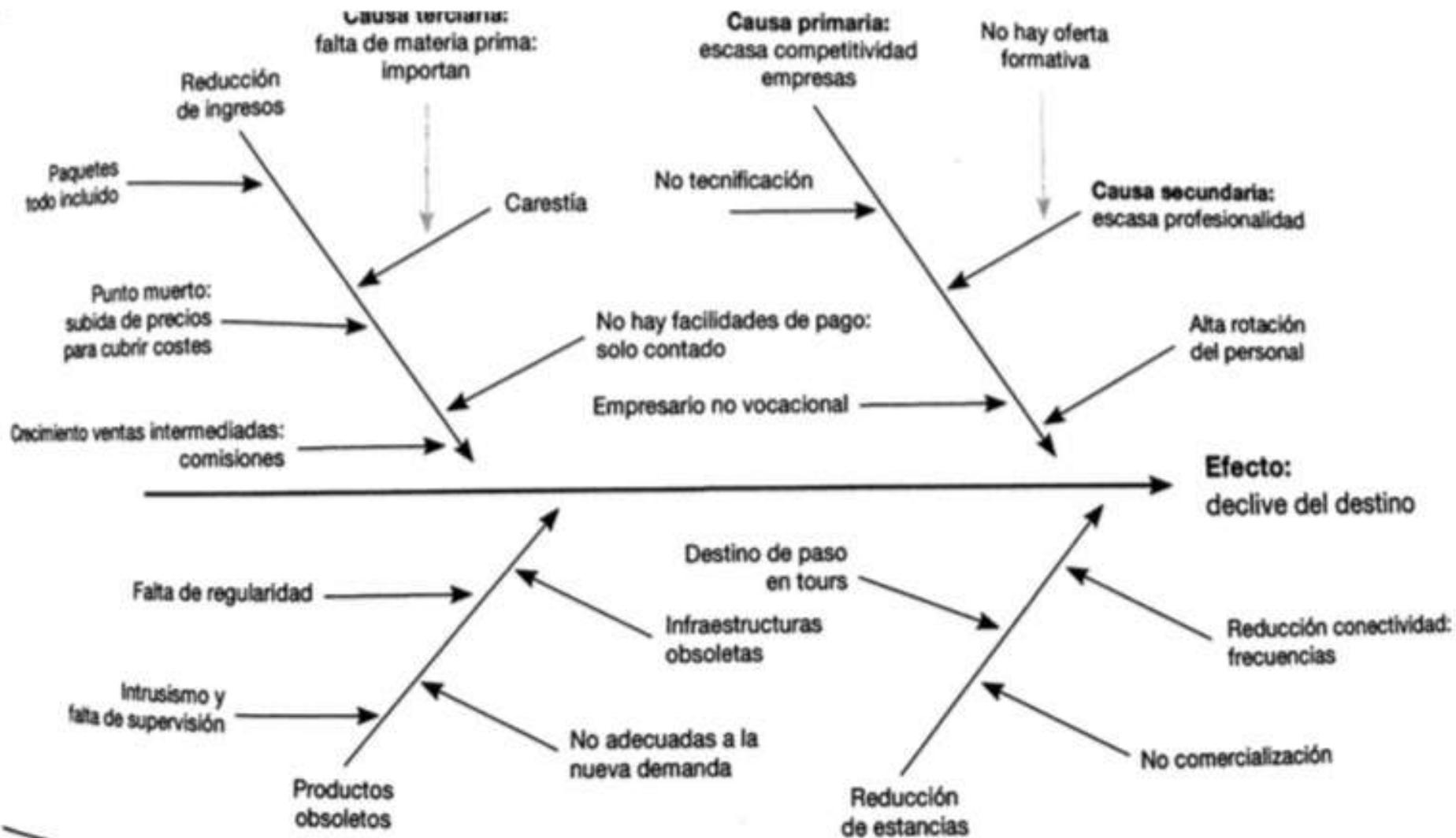


Fuente: OMT – WYSE Travel Confederation

FACTORES SUBYACENTES QUE CONDICIONAN LA ESTRETEGIA DE CALIDAD DEL DESTINO Y LAS EMPRESAS TURÍSTICAS



FACTORES QUE IMPACTAN NEGATIVAMENTE LA CADENA DEL SERVICIO



https://www.youtube.com/watch?v=H_Vvf48nIX8

Turismo Rural Comunitario en Cusco - Valle sagrado
Premio: WTTC Tourism for tomorrow awards. 2015.
Por la experiencia de calidad.

CONCLUSIONES

CALIDAD NO ES LO QUE YO CREO... LA CALIDAD ES LO QUE EL CLIENTE PERCIBE

LA CALIDAD SE DEBE EVALUAR Y SE DEBE MEDIR

EVALUAR: procesos y procedimiento frente a políticas y metas

- ✓ Aplique la teoría. Es falso que la teoría y la práctica se contraponen. Las teorías de la calidad me ayudarán a tener conceptos y metas claras.

MEDIR: la percepción del cliente

- ✓ Incorpore métodos de acopio de información (encuestas, entrevistas, etc).
- ✓ Debe ser parte de la cotidianeidad
- ✓ Pierda el temor a que le digan verdades que no quiere escuchar.



Gobernación
de Nariño



¡EN DEFENSA
DE LO NUESTRO!

MUCHAS GRACIAS

CLARA INES SANCHEZ ARCINIEGAS

clarita65@hotmail.com

@clairesanarci

BIBLIOGRAFIA

Camisón, C.; Cruz, S.; González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Educación. S.A. Madrid (España)

Cantú Delgado, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de la calidad*. Editorial Mc Graw Hill. 4^a. Edición. México D.F.

Ramírez Cavassa, C. (2002). *Calidad Total en las empresas turísticas*. Editorial Trillas. México D.F.

Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing Vol. 60, No. 2 (Apr.,1996), pp. 31-46
Published by: American Marketing Association. DOI10.2307/1251929. Stable URL:
<http://www.jstor.org/stable/1251929>

Velasco Sánchez, J. (2010). *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión. Teoría y Práctica*. Ediciones Pirámide. Madrid (España).