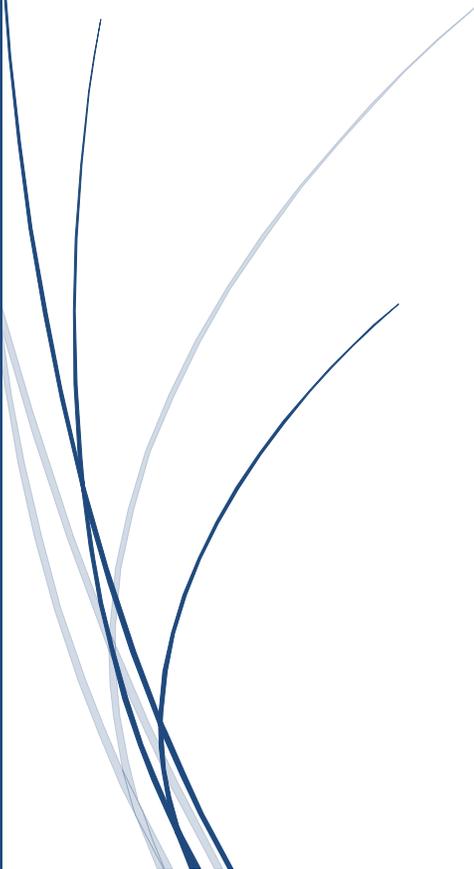




MANIZALES, 2017

Gestión de la calidad en entornos empresariales del sector turístico, una discusión teórica.

Modalidad de grado- Revisión de tema



Estudiantes:

MELISSA PÉREZ MONTES

SANDY NATALIA OCAMPO CALDERÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
X SEMESTRE

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
TABLA DE CONTENIDO

Resumen	2	III. LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.	
Palabras clave	2	a. Gestión de la calidad en empresas prestadoras de servicios.	15
Abstract	2	b. Modelo de Gestión de Calidad en el sector turístico (referencia España).	16
Introducción.	3	c. Gestión de Calidad en las empresas turísticas en Colombia.	18
Metodología	3		
I. GESTIÓN DE LA CALIDAD COMO FACTOR DE DESARROLLO		IV. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS EN COLOMBIA.	
a. Concepto de calidad	4	a. Normas Sectoriales de Turismo en Colombia.	21
b. Gestión de la calidad total	6	b. Certificación de las empresas en el sector turístico.	27
c. Desarrollo organizacional, un enfoque hacia la calidad.	9	c. Premio nacional de la calidad.	27
d. Relación entre gestión de calidad, gestión de la calidad total y desarrollo organizacional.	10		
 		V. Conclusiones	29
II. CALIDAD EN LOS ENTORNOS EMPRESARIALES.		VI. Bibliografía	31
a. Calidad en los entornos empresariales.	11		
b. Aspectos que influyen en la implementación de modelos de calidad en los entornos empresariales.	12		
c. Escuelas de calidad en entornos empresariales.	13		
d. Importancia en la aplicación de modelos de calidad en los entornos empresariales.	14		

Resumen:

El documento que desarrollaremos en estas breves páginas, tiene como finalidad analizar la incidencia producida por la Gestión de Calidad en las empresas del sector turístico, principalmente en el ámbito Colombiano; Considerando la competitividad y el desarrollo de las organizaciones, como beneficios principales de la incidencia analizada. En el capítulo inicial, se hará referencia respecto a las consideraciones generales que enmarcan el concepto de calidad y su relación con el desarrollo Organizacional; Continuando el documento, se abordará el vínculo que tiene el concepto en cualquier entorno empresarial, específicamente en el sector turístico.

Siguiendo con el texto, se encontrará referencia a la normatividad nacional mostrándola como herramienta para estandarizar la calidad en las empresas del

se estudiará cómo se desarrolla la Gestión de Calidad en las empresas turísticas de Colombia.

Palabras clave: Calidad, Gestión de la Calidad, turismo, empresas turísticas, desarrollo, competitividad.

Abstract:

The document that we will develop in this short pages, has as it's propose analyzing the incident that has the Management of the Quality in the companies of the tourist sector, principally, in the Colombian area, considering that the competitiveness and the development of the organizations appear as his principal benefits. In the initial chapter, one speaks on the general concept of quality and his relation with the development Organization, followed to this one, there is approached the relation that has in any managerial environment; specifically in the tourist sector. One refers to the national normativity as tool to standardize the quality

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón in the companies of the tourist sector,

finally, there is studied how the Management of the Quality develops in the tourist companies of Colombia.

Keywords: Quality, Quality management, tourism, tourism companies, development, competitiveness.

Introducción.

Es necesario para comenzar, establecer que refiriéndonos al concepto de la gestión de calidad, en cualquier entorno que se estudie, encontraremos un tema que genera bastantes expectativas, puesto que, presenta diversidad de posibilidades a los lectores acerca de la adquisición de conocimiento en el margen de la cultura organizacional. En el texto que ocupa nuestra atención académica, se ahondará el tema de la gestión de la Calidad en los diferentes entornos turísticos, enfocándose específicamente en los que se encuentran regulados por la normativa técnica colombiana.

Metodología.

Partiendo de una revisión teórica, se busca encontrar la importancia de la gestión de calidad en ambientes empresariales del sector turístico, por medio de diferentes fuentes de información bibliográfica y estableciendo una postura crítica sobre el tema. Inicialmente se identificaron las diferentes posturas teóricas sobre la Gestión de la Calidad, para lo cual se realizó una revisión de la información en artículos, libros y políticas públicas a través de fuentes de información tales como: ProQuest, Ebrary, E-Libro, entre otras; con el propósito de establecer las tendencias epistemológicas competentes a la calidad en el sector turístico. Posteriormente, con la información analizada, se construirán argumentos de una manera crítica, para confrontar la postura expuesta por los autores. Finalizando este segmento, se aclara que toda la información de los documentos citados fue consignada en

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
Fichas Bibliográficas, las cuales sirvieron de herramienta para la elaboración del presente artículo.

I. GESTIÓN DE LA CALIDAD COMO FACTOR DE DESARROLLO.

a. Concepto de Calidad

En la inmersión académica, diferentes autores y pensadores han realizado estudios acerca del concepto de la calidad, existen muchas páginas escritas al respecto, en las cuales, se brindan diferentes conceptos en torno a cómo debe definirse de manera general la Calidad; así pues, como primer acercamiento al grupo teórico de la facultad de ciencias médicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, particularmente en su artículo denominado ¿Qué es la Calidad?, permite definir un primer concepto (UNAM, s.f), *“el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien, debe entenderse como una corriente de*

pensamiento que impregna toda la empresa.” , (pág.1); en ese sentido habrá que decir al mencionar a dicho grupo de estudio, que la calidad se aplica a todos los procedimientos y procesos (en la actualidad) dentro de cualquier organización.

Conforme a los desarrollado con antelación, el concepto de calidad no es de procedencia novedosa, la mencionada noción, se ha visto reflejada desde el inicio de los tiempos, debido a que en cualquier actividad que el hombre haya realizado en el transcurso de la historia, se han debido aplicar unos requerimientos mínimos para la realización de dicho proceso o procedimiento; sin embargo, como algunos autores mencionan (Hoyer & Broome, 2001) *“la cuantificación de la calidad y el establecimiento de estándares formales de calidad son decididamente un fenómeno del siglo XX”*, lo que nos indica que su estudio abordado desde posturas teóricas es un fenómeno relativamente moderno.

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón

Entendido lo anterior, hay que brindar un concepto de lo que se entiende por calidad, ahora bien, antes es preciso hacer claridad respecto a que ésta es una postura dividida, debido a que la misma puede aplicarse a distintas áreas del conocimiento, los elementos que la componen hacen que su significado y concepción varíe; así pues, podemos encontrar citando a Hoyar & Broome (2001) quienes definen la calidad dividiéndola en dos categorías, que son:

“- El nivel uno de calidad es una manera simple de producir bienes o entregar servicios cuyas características medibles satisfacen un determinado set de especificaciones que están numéricamente definidas.

- Independientemente de cualquiera de sus características medibles, el nivel dos en calidad de productos y servicios son simplemente aquellos que satisfacen las necesidades de los clientes para su uso o consumo.”

En concordancia con lo anterior, se pueden brindar distintos conceptos dependiendo a la categoría a que corresponda la definición brindada; En ese sentido, (Hoyar & Broome, 2001 citando a Phil Crosby) definió la calidad como *“la calidad de un producto o servicio es equivalente a estar seguro de medir todas las características de un producto o servicio que satisfagan los criterios de especificación”*, siendo esta una definición que claramente se ajusta a la primera categoría. Continuando, para lo que respecta a la segunda concepción se puede entender que la calidad se refiere a (Hoyar & Broome, 2001 citando a Feigenbaum) *“Todas las características del producto y servicio provenientes de Mercadeo, Ingeniería, Manufactura y Mantenimiento que estén relacionadas directamente con las necesidades del cliente”* siendo esta una definición que corresponde a la segunda categoría descrita.

Como se ha logrado sobresaltar, se puede ver

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón que el concepto de calidad es un concepto complejo que ha sido ampliamente desarrollado; No obstante, debido a la gran cantidad de literatura científica que existe al respecto, es necesario brindar un alcance mucho más restringido de la misma, para poder relacionarla con el tema del turismo. Cuando hablamos de Calidad referida a productos intangibles hay que definir los lineamientos de calidad a partir de la segunda de las categorías definidas anteriormente, debido a que en ella se establecen todos aquellos requerimientos necesarios para que el servicio pueda ser competitivo en el mercado y que cumpla con las expectativas del cliente, que es el que hace uso del mismo.

En la actualidad, cuando se habla de la calidad en cualquier tipo de organización, se hace referencia a la segunda definición brindada.

En razón de continuar con el documento, debió abordarse el tema de la Gestión de la

Calidad Total, tema que se trata a continuación.

b. Gestión de la Calidad Total.

En la continuidad del desarrollo, de esa segunda categoría mencionada se derivan conceptos como el de la Gestión de la Calidad Total, que se elabora mediante modelos, los cuales, se enfocan en unos pilares o principios fundamentales de la Gestión de la Calidad Total; el primero y el que más relevancia debe tener en la relación con los productos y servicios turísticos es el del enfoque al cliente, que para un mejor entendimiento del texto se explicará, señalando que todo lo respectivo a la planeación, estructuración y elaboración de los productos, debe ser pensado en las necesidades presentes y futuras de los clientes. En segundo lugar debe existir un enfoque orientado hacia la competencia, esto quiere decir, que habrá que crear herramientas que permitan medir y superar

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón

los estándares de calidad definidos; en primer lugar por el mercado y en segundo lugar por las normas técnicas que regulan la actividad. En el caso específico, la actividad económica del turismo, en donde la diferencia en la calidad de un producto con otro lo posiciona en un mejor lugar con respecto a sus competidores. En tercer lugar un enfoque orientado al producto o servicio, lo cual quiere decir que las características propias del mismo, deben hacerlo significativamente identificable con respecto a otros de la misma actividad; Hablando específicamente del mercado turístico se entiende que las empresas que tienen un enfoque de calidad dirigido al producto o servicio que ofrecen son mucho más competitivas, debido a que sus productos ofrecen aspectos adicionales. En cuarto lugar debe existir un enfoque económico. Lo anterior, simplificado refiere a obtener la satisfacción del cliente que hace uso del producto o servicio a precios razonables,

además de obtener beneficios para quien ofrece el producto o servicio con la menor cantidad de capital invertido. Por último, la Gestión de Calidad Total debe basarse en el enfoque bidimensional de Kano, el cual, se enfoca en la calidad obligada y la calidad atractiva, conceptos fundamentales en el área del turismo; Puesto que por un lado cuando hablamos de calidad obligada nos referimos a los requerimientos mínimos que debe cumplir el producto o servicio turístico para satisfacer las necesidades más básicas del cliente, éstas deben relacionarse con la calidad atractiva, debido a que la última se refiere a los elementos diferenciadores del producto o servicio turístico que lo hacen diferente o van más allá de las necesidades mínimas del cliente. Continuando la argumentación, se mencionan los principios básicos de la Gestión de la calidad Total y la relación de los mismos con el mercado Turístico, y las organizaciones y empresas dirigidas a la oferta de productos turísticos.

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
Por otro lado, es pertinente definir el concepto de Gestión de la Calidad Total, noción que se refiere, tal como lo menciona Juan Antonio Jiménez (2014) al citar a Flynn, Schroeder & Sakakibara (1994) como:

“un esfuerzo integrado para alcanzar y mantener productos de gran calidad, basado en el mantenimiento de la mejora continua de procesos y prevención de errores a todos los niveles y en todas las funciones de la organización, con el objetivo de alcanzar e incluso exceder las expectativas de los consumidores.”

Sin detrimento de la cita anterior, en dicho esfuerzo integrado existen variables que tienen un mayor peso para conseguir dicho objetivo, es así como se considera que dentro de la GCT (Jiménez *et al*, 2014)

“Es el empleado el que tiene que asumir la nueva filosofía de la orientación hacia la calidad. Del mismo modo, Yang (2006) considera que las prácticas de dirección de

RRHH son fundamentales para la GCT.

Sin embargo, no todas las prácticas de RRHH son adecuadas en este; lo son solo aquellas que orientan los RRHH hacia los objetivos de calidad”

En el contundente orden de ideas resulta claro resaltar que:

“El liderazgo, como medio de influencia interpersonal ejercida en una situación y dirigida a través del proceso de comunicación a la consecución de uno o diversos objetivos, permite que la organización avance hacia la gestión de calidad total. En este sentido, un liderazgo que favorezca la planificación de estrategias y actuaciones, así como de una adecuada gestión del personal, de los recursos y de los procesos, especialmente de los considerados claves, permitirá la consecución de la excelencia en los resultados empresariales” (Ídem, 2014)

Lo anterior, tiene relación directa con los mencionados pilares de la Gestión de

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
Calidad Total y con la Gestión de la Calidad en los entornos empresariales, puesto que se hace referencia directa a lo que es necesario para establecer bases sólidas en determinada organización cuando se quieren tener procesos que tengan calidad y permitan competir en el mercado.

c. Desarrollo organizacional, un enfoque hacia la calidad.

Cuando consideramos el desarrollo es común imaginar nociones abstractas presentes en la cotidianidad, tales como: el dinamismo, las ganas de seguir adelante, la intención romper barreras; Aplicando dicha analogía a las organizaciones cuando se habla de desarrollo en ellas, se puede pensar en el cumplimiento de requisitos que permiten que la misma avance, desde dicha percepción, puede decirse que el desarrollo organizacional, de acuerdo con M. Lefcovich (2000) se trata de:

“las personas y las organizaciones, y de las personas en las organizaciones y de cómo

funcionan. El desarrollo organizacional también trata del cambio planificado, es decir, de lograr que los individuos, los equipos y las organizaciones funcionen mejor”

Dando continuidad a nuestro texto, pasaremos a señalar que el desarrollo organizacional se fundamenta, en el óptimo funcionamiento de las organizaciones, particular situación que permite desarrollar de una mejor manera los fines de las mismas, cumpliendo con los postulados de la calidad y de la gestión de la calidad.

El desarrollo organizacional a su vez tiene dos finalidades según Ídem *et al* (2000) “*1) mejorar el funcionamiento de los individuos, los equipos y la organización total, y 2) impartir las habilidades y el conocimiento necesarios que permitirán que los miembros de la organización mejoren su funcionamiento por sí mismos.*”

De esta manera se persiguen dos finalidades, en primer lugar, se busca que las

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
organizaciones evolucionen y sean más competitivas en el área en la cual se desarrollan, al hablar del sector turístico se debe mencionar que las organizaciones que se enfocan en este tipo de actividad económica, requieren de modelos que permitan que se generen aspectos de desarrollo organizacional para brindar productos y servicios de mejor calidad.

Entendido lo anterior en cuanto al desarrollo organizacional, lo siguiente es definir la relación que hay entre los tres conceptos definidos, la Gestión de Calidad, la Gestión de Calidad Total y el Desarrollo Organizacional.

d. Relación entre Gestión de Calidad, Gestión de la Calidad Total y Desarrollo organizacional.

En el momento en que se hace alusión al desarrollo como concepto, se hace referencia a la evolución de las características propias de determinado ambiente (en este caso las organizaciones) que se presentan con el fin

de mejorar los niveles de optimización y competitividad de dicho ambiente.

A conformidad y continuando con el sentido intencional del texto, la relación que se presenta entre los conceptos de Gestión de Calidad, Gestión de la Calidad Total y Desarrollo Organizacional, se ve presente en que (Jiménez et al, 2014)

“La GCT se configura como una filosofía que engloba a toda la empresa y busca la mejora de la calidad en todos los procesos organizativos. La cultura organizativa está muy relacionada con la gestión de calidad, ya que pretende que todos los empleados compartan el objetivo de calidad.”

Haciendo inferencia de la cita anterior, queda claro que entre los conceptos mencionados existe una relación directa, en razón de que si los modelos de calidad son formulados, aplicados y evaluados; Los anteriores evidencian una mejora tras la aplicación de posturas teóricas que se implementen de manera satisfactoria en la

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
práctica, las organizaciones son beneficiadas tanto en producción de bienes y servicios en el sector, como en el fortalecimiento de la competitividad.

II. CALIDAD EN LOS ENTORNOS EMPRESARIALES.

En el mismo sentido en que fue referido en el capítulo anterior, calidad es un concepto amplio que se estudia desde diversos puntos de vista, uno de ellos, es el de la aplicación en los modelos que se desarrollan en entornos empresariales. El presente capítulo aborda dicho estudio intentando brindar elementos de juicio entorno a la necesidad o no, que tiene la aplicación de la calidad en el sector empresarial.

a. Calidad en los entornos empresariales.

Cuando observamos el entorno general de la calidad, se denota que está presente en diferentes áreas del desarrollo, a razón de

que en toda actividad es importante tener unos requerimientos mínimos para que se produzcan productos o servicios que cubran las necesidades y expectativas del mercado. Cuando los autores hablan de entornos empresariales es pertinente comprender que estos se pueden regular bajo modelos de calidad, debido a que todas las organizaciones empresariales se enfocan en implementar un modelo de calidad que les permita alcanzar la excelencia como organización. La calidad en los entornos empresariales, de acuerdo con A. Zapata & W. Zarache (2012), es:

“el Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos. Esta también se asimila a una función gerencial de alto nivel orientada hacia la implementación de programas y al control de resultados que permitan el logro, regulación y mejoramiento continuo y sistemático de las metas de la organización, por medio de sus recursos humanos y de

Continuando la disertación, se entiende que el propósito de la Gestión de Calidad en los entornos empresariales se refiere a la manera como se dirige la organización en pro de la satisfacción de las necesidades; tanto del mercado, como de la mejora continua de cada uno de los procedimientos que se ejecutan dentro de ella.

b. Aspectos que influyen en la implementación de modelos de calidad en los entornos empresariales.

En relación con lo anterior existen diferentes aspectos que involucran herramientas y mecanismos que intervienen frente a la Gestión de la Calidad de los productos o la prestación de los servicios en los entornos empresariales, hay que decir que los sistemas de calidad se fundamentan en la satisfacción de las necesidades del cliente, en la mejora de los procesos internos de la organización (desarrollo organizacional), en la innovación de sus productos, y en general,

pretenden generar en las organizaciones resultados positivos que incluyen el cumplimiento de requisitos de calidad, el incremento de una percepción positiva de la imagen de la organización y aumentar las utilidades; de modo que si se mejora la Gestión de la Calidad de las organizaciones en relación a los productos y la llegada de nuevos clientes, estas se hacen mucho más competitivas. Hay que entender además, que esto no depende sólo de aspectos de gestión de calidad, sino también de aspectos ambientales y de seguridad empresarial, los cuales, están enfocados en la minimización de riesgos, reducción de sobrecostos y la mejora continua de los procesos en los entornos empresariales.

Ante el hecho notorio de que una cantidad considerable de estudiosos en el tema de los sistemas de Gestión de Calidad argumentan que la implantación de sistemas genera un alto nivel de costos, también se puede evidenciar el incremento en los ingresos de

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
las organizaciones tras la implementación de un sistema de calidad y también queda claro que el incremento en la aplicación de modelos de Gestión de Calidad prueba de que son exitosos.

c. Escuelas de Calidad en entornos empresariales.

Entre la diversa presencia de modelos de Gestión de Calidad definidos para el sector turístico a nivel mundial, (algunos de los cuales cuentan con criterios superiores a los reglamentados por las leyes de cada país), el sector turístico y en general cualquier tipo de organización empresarial requiere la estructuración de sus procesos para garantizar su permanencia en el mercado, lo cual, se logra a través de la adopción de los sistemas de Gestión de Calidad. La calidad en los entornos empresariales del sector turístico, muestra a nivel general que los productos y servicios tienen la característica

de intangibilidad, lo cual hace más difícil analizar modelos de Gestión de Calidad, ya que su resultado depende de la percepción de los usuarios o del equilibrio entre lo esperado y lo recibido por quienes hacen uso del bien o servicio.

En relación con lo anterior, se debe determinar qué escuelas estudian la Gestión de la Calidad en los entornos empresariales, para determinar cuál se relaciona con los entornos empresariales del sector turístico, de modo que encontramos que los autores Gutiérrez & Mercedes (2009) hablan sobre dos escuelas de la Gestión de calidad:

“la escuela nórdica (Grönroos, 1988, 83, 82; Gummesson, 1988) que enfoca la calidad del servicio desde el punto de vista del producto y la escuela norteamericana con un enfoque desde el cliente. Esta última visión, la más admitida por la literatura, entiende la calidad (...) como la percibida por los clientes, por lo que ahora la calidad reside en los ojos de quien lo

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón *contempla. Por este motivo Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988: 16) la definen como el juicio global del consumidor acerca de la excelencia o superioridad global del servicio. La calidad deja por tanto de ser algo objetivo y se convierte en algo subjetivo, en lo que el consumidor dice que es y lo que percibe que es*".

De lo anterior se puede concluir que en la actualidad los enfoques de los entornos empresariales se basan en la visión de la escuela norteamericana, en donde los modelos de Gestión de Calidad y de Desarrollo Organizacional se dirigen a la satisfacción del cliente, quien determina cómo deben desarrollarse dichas estructuras empresariales en relación con la oferta.

d. Importancia en la aplicación de modelos de Calidad en los entornos empresariales.

Realizando un detenido análisis tanto del concepto como de los elementos y las escuelas que estudian los modelos de

Gestión de Calidad, es preciso mencionar entonces que, de acuerdo con V. Ferron et al (2010) quien en su artículo *Calidad y algo más* cita a Wernerfelt (1984) y Barney (1991), las organizaciones que desarrollan capacidades importantes como resultado de la acumulación de: *“recursos y capacidades escasos, valiosos, inimitables y no sustituibles”* adquieren la capacidad para alcanzar ventajas importantes respecto a sus competidores. De otra parte, algunos estudios han demostrado que la implantación de Sistemas de Gestión de Calidad permite que se genere un resultado positivo entre el interés por la calidad y la rentabilidad; Debido al desarrollo de la capacidad de empoderamiento por parte de los funcionarios de las organizaciones, además, de una mayor capacidad de toma de decisiones, entre otros.

Se hace reiterativa entonces, la necesidad de implantar modelos de calidad en las organizaciones empresariales, sin embargo,

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón se deben tener en cuenta los requisitos desarrollados por los entes especializados en el tema. El autor D. Ramos (2015) establece unos requerimientos mínimos que deben tener las organizaciones empresariales al momento de implementar un modelo de calidad, entre las ideas más importantes mencionadas, para lograr la certificación con la **“norma ISO 9001:2015 será fundamental disponer de un proceso de gestión de riesgos eficaz que asegure que el sistema es capaz de cumplir los objetivos propuestos y lograr la mejora continua.”**, continuando con el análisis, observamos otra apreciación del autor donde señala lo siguiente:

”Uno de los asuntos que más preocupa a las organizaciones es conocer cuál es el proceso adecuado para gestionar los riesgos que puedan afectar al sistema, la conformidad del producto y la satisfacción del cliente. La organización deberá ser capaz de definir las acciones necesarias

para tratar los riesgos y alcanzar oportunidades.”

En conclusión las organizaciones deben implementar sistemas de calidad, sin embargo, tienen que realizar estudios que le ayuden a la organización a determinar los riesgos.

Continuando la disertación, una vez analizada la incidencia de la calidad en los entornos empresariales se procederá a analizar la misma en relación con las empresas del sector turístico.

III. LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Ante la constante transformación a la que está sujeta el campo que nos aborda, el concepto de calidad ha evolucionado a través de los años a partir de estudios realizados por los diferentes autores y pensadores, algunos de ellos, citados en capítulos anteriores; Motivo por el cual se han dado a conocer diversos métodos, herramientas y definiciones que permiten evidenciar la

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
importancia de la calidad en todos los entornos del mundo moderno.

a. Gestión de la Calidad en empresas prestadoras de servicios.

En lo referente a la Gestión de la Calidad se entiende que puede ser aplicada a diversos tipos de productos y servicios, desarrollando lo anterior, se diferencian dos grandes tipos; de un lado se encuentran los productos tangibles, en donde, los postulados de Gestión de Calidad son mucho más fáciles de aplicar debido a que en su mayoría se enfocan al cumplimiento de estándares de elaboración, siendo fácil por tanto, realizar normas técnicas que reúnan todos los criterios necesarios para elaborar productos de alta calidad; Como segundo gran grupo se encuentran los intangibles, en donde se enmarcan los productos relacionados con el turismo y en donde los sistemas de calidad son mucho más difíciles de aplicar debido a lo complejo de su estandarización y la estrecha relación de los mismos con las

necesidades y requerimientos de los clientes.

Al respecto mencionan los autores S. Gutiérrez & A. Mercedes (2009), en su artículo *El factor humano en los sistemas de gestión de calidad del servicio: un cambio de cultura en las empresas turísticas*, lo siguiente:

“Las empresas del sector turístico ofrecen fundamentalmente a sus clientes un producto intangible o servicio que constituye su prestación principal. Esta intangibilidad introduce un mayor riesgo percibido para los consumidores y hace más difícil que la empresa establezca especificaciones precisas para su elaboración que permitan estandarizar su calidad, así como dificultades en su medición y evaluación.”

Es a partir de la cita referida, de donde se deduce que necesariamente se deben analizar los modelos de Gestión de Calidad que se establecen en diversos contextos turísticos, para poder entender el papel de las políticas

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón de calidad y de las normas que se aplican a la misma en los modelos jurídicos, y así, determinar qué factores son tenidos en cuenta al momento de implementar dichos modelos de Gestión de Calidad en las empresas turísticas.

b. Modelo de Gestión de Calidad en el sector turístico (referencia España).

Como primer punto a analizar se debe decir que, se han desarrollado estándares a nivel internacional que permiten a las organizaciones dar cumplimiento a criterios específicos de acuerdo al sector al cual pertenecen, de otra parte, dichos estándares implican el cumplimiento de los requisitos de ley y reglamentarios de cada país, en especial el sector turístico ha sido intervenido por los diferentes estamentos que lo regulan, generando políticas que buscan mejorar el nivel de cumplimiento en cuanto a: requisitos establecidos por los clientes, satisfacción de expectativas y a su vez de necesidades. Conforme con la

anterior secuencia de criterios se consigue una adaptación efectiva al marco legal correspondiente a cada país que conforme un servicio integral. En España, por ejemplo, se desarrolló la marca Q, la cual busca certificar la calidad en las empresas turísticas de este país, ésta sobresale de las demás regulaciones porque sus requisitos son mucho más exigentes que los requisitos establecidos por la ley, lo cual también ocurre en otros países de Europa. Introducido lo anterior, las principales herramientas de normalización en España son las normas Q, las cuales de acuerdo con Ídem (2009) se componen:

“siempre con criterios superiores a los reglamentarios, están enfocadas a lograr niveles de calidad de servicio acordes con las exigencias de la demanda, las necesidades y las expectativas de los clientes y adaptado para cada modelo y categoría de establecimientos que se ha normalizado.”

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
Los estándares exigidos por esta Pereira-Moliner (2012), señalan que:

certificación no sólo se refieren a las instalaciones y al nivel de servicio final sino que incluyen procesos organizativos tales como sistemas de trabajo, procedimientos, instrucciones, entre otros.

De este modo se puede establecer que por lo menos en la consolidación de la empresa turística en España la proyección se dirige hacia la implementación de modelos de Gestión de Calidad de las empresas del sector turístico, debido a que cuando se aplican modelos de Gestión de Calidad como el de la marca Q, los servicios y productos que se dirigen al cliente final cumplen con las expectativas de los mismos, puesto que, son productos que se elaboran con dicho propósito.

A consideración del caso particular que comprende a los establecimientos hoteleros y específicamente para el caso español, los autores Sánchez-Ollero & García-Pozo (2014) citando en su artículo a Tarí-Guilló y

“Desde el punto de vista de los clientes, que un hotel esté certificado con la norma ISO 9001 puede no ser garantía de un estándar de calidad específico sino simplemente que el servicio ofrecido se ajusta a los requerimientos que el propio hotel ha establecido, mientras que el certificado Q está más cercano a los requisitos del servicio que el cliente espera al estar basado en una norma específica del sector.”

Dando relevancia a lo anteriormente descrito, es necesario reconocer el impacto y la importancia que tiene en las empresas turísticas, el alcanzar la certificación en calidad turística; Para lo que es primordial cumplir con la legislación y requisitos de ley correspondientes a este sector para cada país.

c. Gestión de Calidad en las empresas turísticas en Colombia.

Centrando la atención en Colombia, la

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón

estructura de la calidad turística está definida por una serie de referentes que han adelantado la gestión de la calidad turística en el país; algunos de estos desarrollados por las políticas gubernamentales mediante leyes y trámites legislativos. El ejemplo claro de lo planteado anteriormente, se ve reflejado en la expedición de la Ley 300 de 1996, denominada Ley General de Turismo, la cual, en sus artículos estipula en materia de calidad turística que “debe ser el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lidere los procesos de calidad turística, con el objetivo de propiciar la elaboración de normas técnicas y certificaciones a los prestadores de servicio del país, además de velar por la proyección del turismo en Colombia y de generar los lineamientos bajo los cuales las empresas turísticas en el país deben regularse”.

La anterior ley, además, enmarca los requisitos generales del sector turístico e incluye los principios de la industria

turística, la conformación de los sectores del sector turístico (Artículo 69), la planeación del sector turístico, la priorización de las zonas de desarrollo y recurso turístico y en general todos aquellos aspectos que contribuyen a controlar las actuaciones de prestadores de servicios y usuarios en torno a este sector.

En el mismo sentido discursivo, en su artículo 3 numeral 10 menciona que: “*es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional.*”, siendo este el mayor aporte a la Calidad desde la Ley Nacional de Turismo.

Dicha ley general del Turismo, ha sufrido dos reformas hasta el momento: la Ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012. En las cuales, con el propósito de contribuir al desarrollo turístico del país en materia de calidad, se han incorporado nuevas

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
modificaciones como la creación del turismo en el país.

impuesto con destino al turismo “mediante la promoción y el fortalecimiento de la competitividad que comprende la capacitación y la calidad turística” (Artículo 4, Ley 1101, 2006), a través de la Ley 1558 de 2012 en su artículo 1 se determina como nuevo objeto de la Ley el siguiente:

“El fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.”

Es al comprender la totalidad del texto que vemos cómo la calidad siempre ha sido un factor de importancia para desarrollar el

En ella se determina además, en el artículo 5, que las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización, (relacionada con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística), deberán ser cumplidas de manera obligatoria por parte de los prestadores de servicios turísticos.

Además de las normas anteriores y con el objeto de promover la seguridad, la calidad y la competitividad del sector de bienes y servicios, se crea a través de Decreto 2269 de 1993 el Subsistema Nacional de la Calidad, de modo que cualquier institución y organismo que realice actividades vinculadas a la acreditación, normalización, certificación y metrología, deberá hacer parte de dicho sistema.

En relación con lo que regulan las normas generales y a manera de estrategia de promoción y reconocimiento para los

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón

procesos de certificación de empresas y destinos turísticos para el sector, se encuentra la creación y posicionamiento de la marca de certificación de “Calidad turística”, la cual, se ha implementado “como una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos que comparativamente presenten un mejor desempeño y promueve en el turista un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad”. (Política de Calidad Turística, 2016), su uso fue reglamentado a través de la Resolución 0650 de 2008 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

Sin embargo, dentro de las políticas que regulan la Calidad del sector turístico en Colombia, existen documentos que tienen relevancia con respecto a la calidad turística, estos son los denominados documentos CONPES, en donde se compilan los lineamientos para una política nacional de la calidad; estos documentos

proponen acciones para reorganizar el marco institucional existente del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología y buscar el fortalecimiento de “acciones que permitan obtener el reconocimiento internacional del Subsistema Nacional de la Calidad”, sin embargo no son las únicas regulaciones, ni documentos que se han expedido para regular la gestión de calidad en Colombia, pues como bien se dijo existen modelos de planes sectoriales que regulan el sector turístico por áreas específicas, además de incentivos que el gobierno nacional ha creado en pro de que las empresas del sector turístico busquen la calidad y la excelencia.

IV. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS EN COLOMBIA.

Una vez analizada la gestión de la calidad en los entornos empresariales del sector turístico como un todo, se debe centrar la discusión en las normas que regulan las

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
empresas turísticas específicamente; puesto
que si bien las ya mencionadas disposiciones
principales las regulan, existen lineamientos
mucho más específicos para cada uno de los
sectores o componentes del turismo en
Colombia.

a. Normas Sectoriales de Turismo en Colombia.

En el mismo sentido bajo el cual existen
normas para regular la práctica del turismo
en el territorio colombiano, existen normas
específicas para cada uno de los sectores que
componen la actividad turística. De este
modo, en Colombia se cuentan con 6
Unidades Sectoriales de Normalización
(USN): USN del sector de Alojamiento y
Hospedaje, USN del sector de Agencias de
Viajes, USN del sector de Guías de
Turismo, USN del sector de Turismo
Sostenible, USN del sector de la Industria
Gastronómica y la USN del sector de
Tiempo Compartido; las cuales han

elaborado 57 Normas Técnicas Sectoriales
(NTS) para los diferentes subsectores del
turismo Colombiano.

Pero ¿qué son las Normas Técnicas
Sectoriales? se habla de Normas Técnicas
Sectoriales cuando se hace referencia a las
disposiciones emitidas por un órgano
competente, que sirven para estandarizar
determinada actividad en uno de sus
componentes o sectores, es por eso que en
Colombia, como ya se mencionó, existen 6
Unidades que se encargan de emitir dichas
normas.

Una vez ofrecida la definición pertinente a
nuestro documento de lo que significa una
Norma Técnica Sectorial, se mostrará la
estructura básica de las normas sectoriales en
turismo de acuerdo al documento elaborado
por la Alianza del Pacífico para estudiar la
Calidad en los países, así pues este
documento establece las siguientes
categorías en las cuales se clasifican las
Normas Técnicas Sectoriales así:

- NTS-USNA 005. Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos, 2003.
- Normas Técnicas Sectoriales para Destinos turísticos.
- NTS-TS 001-1. Destinos turísticos de Colombia. Requisitos de sostenibilidad 2006.
- NTS-USNA 006 I actualización. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2012.
- NTS-TS 001-2 I actualización. Destinos turísticos de playa. Requisitos de sostenibilidad, 2011.
- NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2005.
- Normas Técnicas Sectoriales para Prestadores de servicios turísticos:
- NTS-USNA 008 I actualización. Categorización de restaurantes por tenedores, 2009
- a. Industria Gastronómica
- NTS-USNA 001. Preparación de acuerdo con el orden de producción, 2002.
- NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007
- NTS-USNA 002. Servicio a los clientes con los estándares establecidos, 2002. -NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.
- NTS-USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad, 2002.
- NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes, 2012
- NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa, 2002.
- NTS-TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad, 2008.
- b. Alojamiento y Hospedaje

- NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003.
 - NTSH 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio, 2003.
 - NTSH 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes, 2003.
 - NTSH 004. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos, 2003.
 - NTSH 005. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento, 2003.
 - NTSH 006 - I actualización. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos, 2009.
 - NTSH 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios, 2005.
 - NTSH 008 - I actualización. Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, 2011.
 - NTSH 009. Apartamentos turísticos, requisitos de planta y servicios, 2008.
 - NTSH 010. Apartahoteles, requisitos de planta y servicios, 2008.
 - NTSH 012. Recintos de Campamento o Camping. Requisitos de planta y servicios.
 - NTS-TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad, 2006.
- c. Guías de Turismo
- NTS – GT 001. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de orientación de acuerdo con lo requerido por el usuario, 2002.

- NTS – GT 002. Norma de competencia laboral. Control del desarrollo de los programas según objetivos propuestos. 2002.
 - NTS – GT 003. Norma de competencia laboral. Preparación de las actividades a desarrollar de acuerdo con lo contratado con el usuario, 2002.
 - NTS – GT 004. Norma de competencia laboral. Realización de procesos básicos para la prestación del servicio, 2002.
 - NTS – GT 005. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos, 2003.
 - -NTS – GT 006. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo con tanque cumpliendo con el programa establecido, 2004.
 - -NTS – GT 007. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en actividades de buceo a pulmón cumpliendo con el programa establecido, 2004.
 - NTS – GT 008. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos, 2004.
 - NTS – GT 009. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña, 2004.
 - NTS – GT 010. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de orientación de acuerdo con lo requerido por el pasajero de cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco, 2010.
- d. Agencias de Viajes
- NTS – AV 001: Reservas en agencias de viajes, 2002.
 - -NTS – AV 002. Atención al cliente en agencias de viajes, 2014.
 - -NTS – AV 003. Infraestructura en agencias de viaje, 2002.
 - NTS – AV 004. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003. -
 - NTS – AV 005. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa,

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón 2004. de actividades de Parapente en turismo de

- -NTS – AV 006. Norma de competencia laboral. Dirigir el área comercial en agencias de viajes, 2014.
- NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2014.
- NTS – AV 008. Norma de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes 2006.
- NTS – AV 009. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos, 2007.
- NTS – AV 010. Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura, 2007.
- NTS – AV 011. Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura, 2007.
- NTS – AV 012. Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura, 2008.
- NTS - AV013. Requisitos para la operación
- NTS – OPC 001. Operación de Congresos, Ferias y Convenciones. Requisitos de Servicio, 2009
- NTS-TS 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad, 2007.
- e. Operadores Profesionales de congresos, eventos y convenciones
- NTS-TS 006-1. Sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, 2012.
- NTS-TS 006-2. Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones. Requisitos de sostenibilidad, 2012.
- f. Tiempo compartido
- NTS-TC 001. Esquemas de tiempo compartido turístico y multipropiedad. Requisitos del servicio de comercialización, 2006.
- NTS-TC 002. Esquemas de tiempo compartido turístico y multipropiedad. Requisitos del servicio de postventa, 2006.

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
g. Transporte Turístico panorama de regulaciones que posee las

- NTS-TS 005. Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad, 2009.

De esta forma vemos cómo se estructura la normatividad técnica sectorial que se aplica a las empresas del sector turístico en Colombia, normatividad que le apunta a la mejora de la calidad y competitividad de cada uno de los sectores en que se aplica; lo cual conlleva a que las empresas de los sectores regulados deban cumplir con unos parámetros técnicos necesarios para ofrecer sus servicios a los turistas. Sin embargo, no solo existen regulaciones relativas a las Normas Técnicas Sectoriales, también existen otras disposiciones que se requieren para poder obtener la Certificación en calidad, aspecto que también se trata en el presente documento y que completa el

empresas turísticas en Colombia.

b. Certificación de las empresas en el sector turístico.

Cuando se presenta la eventualidad respecto a una empresa del sector turístico que pretende implementar una NTS debe acreditar el cumplimiento de la misma mediante la certificación frente al organismo competente. Es por ello que en cuanto a certificación se refiere, el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC) es el único organismo que posee la autoridad para definir qué entidades pueden realizar los procesos de acreditación debido a lo establecido en el Decreto 1471 del 05 de agosto de 2014. El mencionado Organismo en la actualidad ya ha acreditado a 5 Organismos de Certificación en Colombia, los cuales son los únicos “autorizados para otorgar el sello de calidad turística que se le

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón asigna a una empresa cuando la misma ha

cumplido con el 100% de los requisitos de alguna de las NTS” (Alianza Pacífico). En concordancia con la legislación interna, en Colombia una empresa puede tener el sello de Calidad en cualquiera de las 57 NTS que han desarrollado las UNS, siendo un gran número de procesos de Gestión de Calidad en la industria Turística, aspecto que en muchos casos limita la capacidad de progreso de los empresarios en la industria turística debido a que cada proceso de gestión implica una serie de inversiones de capital, además de la adecuación del personal y la mejora de todos los elementos de la empresa.

Cuando se cumple con los requisitos de Calidad, las empresas turísticas pueden obtener reconocimientos por parte de las organizaciones que dirigen la normatividad turística en Colombia, entre los más importantes encontramos el Premio Nacional de la Calidad.

c. Premio Nacional de la Calidad.

La finalidad que impulsó la creación del premio señalado en el título del párrafo que desarrollamos, se constituyó en generar un incentivo a las empresas que cumplen con los requisitos de la marca de calidad en turismo, el texto de la justificación del premio se define como: “Crear y otorgar el Premio Nacional a la Calidad Turística como mecanismo de promoción de la marca de calidad turística y de reconocimiento a los prestadores de servicios turísticos, destinos y playas turísticas certificadas en calidad turística que merecen una distinción por su trabajo sobresaliente en calidad”. De los principales beneficios que se ofrecen al ganador del premio son entre otros:

- Hacer uso del Premio Nacional a la Calidad Turística en sus campañas publicitarias.
- Los ganadores serán tenidos en cuenta para ser invitados especiales en eventos de turismo que apoye el Ministerio de

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón Comercio, Industria y Turismo. Turismo 2014 – 2018 de Colombia el cual

- Los ganadores aparecerán en la sección de noticias de la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Los ganadores serán promocionados por Procolombia en su página web y sedes y eventos internacionales que participe.

Para aquellas empresas que quieran ser meritorias a este premio es debido tener en cuenta para tal fin el cumplimiento de los requisitos establecidos y conocer los criterios de evaluación, los cuales en su mayoría miden el nivel de Gestión de Calidad que apliquen en sus organizaciones y su aporte al desarrollo y al fortalecimiento de la competitividad del turismo en Colombia.

A razón de dar complemento a la sección, y dar por terminada la idea del panorama inicial que se pretendía mostrar sobre la regulación de las empresas turísticas del país y la amplia regulación que se ha elaborado en torno al tema, se cita el Plan Sectorial de

afirma que “la calidad es un elemento fundamental de la competitividad turística” puesto que el mencionado concepto principal involucra a todos los empresarios del sector, debido a que son ellos los responsables de la buena prestación de los servicios turísticos, incluye también a gobernantes y comunidades locales “en tanto los destinos son el espacio de recepción de los turistas y visitantes que esperan tener una experiencia de calidad”.

V. Conclusiones

La consideración a manera de conclusión que nace respecto a este trabajo investigativo, inicia con la determinación de que cuando sentamos el tema en lo que refiere a calidad en el epicentro del desarrollo académico, es preciso decir que esta no se aplica simplemente a la manufactura de productos o a la producción de productos tangibles para colocar al servicio de los clientes finales; Es vital

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón

mencionar de igual manera que la calidad puede aplicarse a la presentación de productos y servicios intangibles (como los son en su mayoría los relacionados con el turismo), siendo este factor fundamental cuando hablamos de la competencia en el mercado turístico y en el desarrollo de las empresas del sector turístico. Así pues, con modelos que se desprenden de los postulados generales de la calidad, se generan herramientas como las que se pueden utilizar bajo el modelo de Gestión de Calidad, el cual crea herramientas y se fundamenta en pilares y enfoques que permite que las empresas, en especial las del sector turístico, puedan seguir creciendo y con ellos tomando un mejor lugar en el mercado. Una de las herramientas fundamentales para que una empresa del sector turístico progrese, se relaciona con la idea de implementar modelos de desarrollo organizacional que se enfoquen hacia la calidad, esto con el fin de lograr mejores resultados.

Concretando la disertación, las organizaciones deben implementar sistemas de calidad, cuando previamente hayan analizado los riesgos de los mismos por medio de un sistema de gestión de riesgos, con lo cual se obtendrán los mejores resultados posibles.

Continuando nuestras precisiones, se señala al sector turístico, que requiere de procesos de calidad en la prestación de bienes y servicios, los cuales, debido a sus características especiales, específicamente la intangibilidad del producto que se ofrece y la necesidad de satisfacción de las necesidades y requerimientos de los clientes finales, requieren de estándares lo más claros posibles para poder desarrollarse y generar oportunidades de crecimiento.

Acercándonos al final del documento, recordaremos que los entornos empresariales que se desarrollan alrededor de las prácticas del turismo en el mundo tienden a la búsqueda de la calidad, es desde allí, que los

Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón
países en los cuales se desarrollan dichas empresas, creen o generen políticas de calidad turística para mejorar la práctica y la oferta en este tipo de entornos.

En lo que respecta a Colombia, no es la excepción, y desde mediados de los años 90 ha creado políticas que tienden a que las empresas del sector turístico mejoren la prestación del servicio, además de generar una cultura de búsqueda de Calidad en el entorno; siendo consecuentes, existe un numeroso despliegue normativo y documental para que las empresas propendan por la obtención de certificaciones de Calidad.

Siendo contundentes con la realidad económica del país, entendemos que se requiere en el sector turístico (que se encuentra en uno de sus puntos de mayor impacto), tenga más organizaciones empresariales que se encuentren bajo modelos de calidad eficiente.

Dando una finalización pertinente a las

consideraciones que han surgido a raíz de la investigación académica, se precisa que el desarrollo de la Gestión de la Calidad en destinos turísticos debe acogerse a parámetros de calidad con un enfoque muy marcado hacia la sostenibilidad, no solo de los territorios, sino, también del sector, por lo que resulta de gran importancia contar con una política pública que provea de herramientas que ayuden a avanzar y fortalecer los procesos de normalización y de certificación turística.

VI. Bibliografía

- ✓ Vargas Quiñones, M. E., de Vega, A., Quinonez, L. M. E. V., & de Vega, L. A. (2011). Calidad y servicio conceptos y herramientas (No. 658.56 658.562). e-libro, Corp.
- ✓ Carro, R., & González Gómez, D. A. (2012). Administración de la calidad total.
- ✓ Fontalvo, H. T. J., & Vergara, S. J. C. (2010). La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9001: 2008. Madrid, ES: B - EUMED. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- ✓ García-Fernández, M. (2016). Influencia de

- Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón de la Cruz Del Río. (2012). ANÁLISIS DE LAS MOTIVACIONES PARA CERTIFICAR LA MARCA "Q DE CALIDAD TURÍSTICA". SECTOR DE ALOJAMIENTO/ANALYSIS OF REASONS TO CERTIFIED THE MARK "Q FOR TOURIST QUALITY". ACCOMMODATION SECTOR. *Investigaciones Europeas De Direccion y Economia De La Empresa*, 18(1), 101-121. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1325014764?accountid=36216>
- ✓ Jiménez, B. L. H., & Jiménez, B. W. G. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- ✓ Silvia, P. M., Manuel Martínez Carballo, & Eduardo Guillén Solórzano. (2015). Beneficios de la implantación de la marca Q de turismo industrial. *Pasos*, 13(4), 757-769. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1835703422?accountid=36216>
- ✓ Sánchez-Ollero, J. L., García-Pozo, A., & Marchante-Mera, A. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía/Analysis of the impact of quality certifications on productivity of andalusian hotels. *Universia Business Review*, (44), 88-103. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1647812242?accountid=36216>
- ✓ García, J. Á., Brea, J. A. F., & Rama, María de la Cruz Del Río. (2012). ANÁLISIS DE LAS MOTIVACIONES PARA CERTIFICAR LA MARCA "Q DE CALIDAD TURÍSTICA". SECTOR DE ALOJAMIENTO/ANALYSIS OF REASONS TO CERTIFIED THE MARK "Q FOR TOURIST QUALITY". ACCOMMODATION SECTOR. *Investigaciones Europeas De Direccion y Economia De La Empresa*, 18(1), 101-121. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1325014764?accountid=36216>
- ✓ Vijande, M. L. S., & González, L. I. Á. (2008). Efectos de la gestión de calidad total en la transformación en la Innovación Tecnológica y Administrativa. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 11(37), 33-65.
- ✓ Lefcovich, M. L. (2009). Desarrollo organizacional y su contribución al TQM. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- ✓ Carlos Labarcés Ballestas, Evelin, R. G., & Gutiérrez, W. (2012). Percepción de calidad como factor de competitividad de la infraestructura de hoteles en santa marta y barranquilla. *Clio America*, 6(12), 185202. doi:<http://dx.doi.org/10.21676/23897848.439>
- ✓ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA.

- Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón Ley 1101 (22 de noviembre de 2006) Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General del Turismo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá D.C., 2006.
- ✓ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1558 (10 de julio de 2012) Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General del Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C., 2012
 - ✓ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018. "Turismo para la construcción de la paz". Bogotá D.C., 2014.
 - ✓ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo. Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009 "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C., 26 de julio de 1996.
 - ✓ POLÍTICA DE CALIDAD TURÍSTICA COLOMBIANA. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78039&name=Politica_de_Calidad_Turistica.pdf&prefijo=file
 - ✓ LA CALIDAD TURÍSTICA EN LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO. Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/cartilla_calidadturistica_paisesalianzapacifico.pdf
 - ✓ Amparo Zapata Gomez y William Ariel Sarache Castro (2012). Calidad y Responsabilidad Social Empresarial: Un Modelo de Causalidad.
 - ✓ Jorge Saldaña Moya (2015). Conceptualización de Calidad.
 - ✓ David Ramos, (2015). Claves para incorporar el concepto de riesgo a la gestión de la calidad conforme a próxima revisión de la norma ISO 9001:2015
 - ✓ Informática médica, (s.f). ¿Qué es la calidad?
 - ✓ R.W. Hoyer y Brooke B.Y. Hoyer, (2001). ¿Qué es calidad?
 - ✓ Gutiérrez Broncano Santiago & Mercedes Rubio Andrés, (2009). El factor humano en los sistemas de gestión de calidad del servicio: un cambio de cultura en las empresas turísticas
 - ✓ Yepes Piqueras Víctor, (1998). Hacia la gestión de calidad en la actividad turística de la Comunidad Valenciana
 - ✓ Foronda Robles Concepción & García López

- Gestión de la Calidad en el entorno turístico por Melissa Pérez Montes y Sandy N. Ocampo Calderón Ana María, (2009). La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados
- ✓ Ana María Serrano Bedia, María Concepción López Fernández y Raquel Gómez López, (2007).Gestión de Calidad y Turismo: Revisión e implicaciones para futuras investigaciones.
- ✓ Vera Ferrón Vílchez. Universidad de Granada; José Manuel de la Torre Ruiz, (2010). Calidad y algo más: el efecto conjunto de la gestión de la calidad y medioambiental en la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Jiménez Espin Juan Antonio Et al, (2014). La gestión de calidad: importancia de la cultura organizativa para el desarrollo de variables intangibles
- ✓ Informática médica, (2009). Calidad total
- ✓ Alexander Zúñiga Collazos PhD(C), Marysol Castillo Palacio PhD(c) Candidatos a Doctor en Perspectivas Científicas sobre el Turismo y Dirección de Empresas Turísticas, (2012). Caracterización de la formación en Turismo, como uno de los pilares fundamentales de la competitividad turística en Colombia.
- ✓ Ricard Santomá y Gerard Costa. Miembros del Grupo de Investigación en Gestión Turística – GRUGET de ESADE, (2011). Calidad del servicio en la Industria Hotelera.
- ✓ Fernández Noriega José Luis, (2004). La calidad en el turismo. Mercado de trabajo: formación y capital humano
- ✓ Ministerio de comercio, industria y turismo, (s.f). Premio Nacional a la Calidad Turística.