



FACE-UTALCA

Facultad de Ciencias Empresariales

Certificación de calidad y turismo



Jorge Zamora (*)

La calidad es una barrera para el desarrollo de la industria turística nacional. Este concepto ha evolucionado hacia criterios subjetivos y dinámicos en servicios como el turismo. Crucial es el cumplimiento de las expectativas del consumidor. No existe un estándar único permanentemente válido, sino que evolucionará con las necesidades cambiantes del cliente.

Pero la garantía de calidad forma marcas comerciales exitosas. Un símbolo que identifique y diferencie a organizaciones comprometidas con la calidad es el precursor de marcas poderosas de un país, región, localidad o grupo empresarial. El símbolo da seguridad que las promesas efectivamente se cumplen. El Sello de Calidad Turística autentifica el proceso de calidad turístico chileno al que accede la empresa, con arreglo a una norma oficial, por medio de una certificadora acreditada.

El turismo es un complejo sistema de servicios concatenados y coordinados que explotan ocio y esparcimiento. Su calidad es clave para el segmento de visitantes de mayor valor o "premium". Pero dichos clientes -aunque no buscan lujo- son exigentes y compran sólo bajo el respaldo de la garantía comercial.

La aplicación de un sistema de normas actualizado, coherente y consistente es un requisito básico para el desarrollo de esta industria: ganan cliente y empresario. El primero, con más transparencia y garantías de cumplimiento; el segundo, con normas que fijan estándares precisos para diseñar su propia oferta.

Estamos en la era de la calidad. El turista está dispuesto a elegir considerando el precio, pero con atributos de calidad superior que satisfagan sus expectativas. El precio, aunque importante, hoy no constituye la variable definitoria.

En un próximo artículo analizaremos los conceptos de brechas de calidad y sellos turísticos, para complementar lo desarrollado en este primer artículo.