



ANÁLISIS DE DATOS, EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORA DEL SISTEMA DE CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA (SCTE)



Fecha del informe: **7 de mayo de 2019**

Autores:

Dueñas del Cerro, Beatriz
Fernández González, Iván
López Ansedo, Ana María
Reyes Paulano, Damián
Villaverde Alonso, Yosune



Este trabajo se comparte bajo una licencia
Creative Commons Reconocimiento
Compartir igual 4.0
[https://creativecommons.org/licenses/by-
sa/4.0/deed.es](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es)



ÍNDICE

1.- Introducción	3
1.1.- Objeto y alcance de la evaluación	3
1.2.- Cronograma	4
2.- El Sistema de Calidad Turística Español y su contexto	5
2.1.- La Política de Turismo en España.....	5
2.2.- Datos generales sobre la actividad turística en España.....	7
2.4.- Datos laborales sobre el Turismo en España.....	8
2.5.- El Sistema de Calidad Turística Español.....	10
3.- Enfoque y metodología de la evaluación.....	13
3.1.- Enfoque.....	13
3.2.- Metodología.....	15
3.3.- Limitaciones de la evaluación.....	15
4.- Análisis de resultados	16
4.1.- Análisis de la extensión y profundización del SCTE.....	16
4.2.- Análisis del impacto socio-económico del SCTE	21
4.3.- Análisis de percepción de los usuarios del SCTE (Encuesta)	28
5.- Propuestas de mejora.....	36
Anexos	39
Encuesta	39
Análisis de la labor de equipo.....	42



1.- Introducción

El objetivo del presente trabajo de investigación se enmarca dentro del Módulo IV: Políticas Públicas del Curso Selectivo 2019 de la Escala Técnica de Gestión de Organismos Autónomos celebrado durante los meses de marzo, abril y mayo en la sede del INAP de la calle Atocha.

Las políticas públicas son los ejes que ordenan la actividad administrativa. Así, las políticas públicas responden a la voluntad política de los gobiernos, que intentan con ellas dar respuesta a los intereses y demandas de los ciudadanos.

El estudio de las políticas públicas es, pues, fundamental para los funcionarios de alto nivel.

Permite, por una parte, comprender el engarce entre los procesos políticos y los administrativo-profesionales, y aplicar, por otra, técnicas y competencias relacionadas con la orientación estratégica, la dirección pública, el establecimiento de programas e indicadores, el estudio y la interpretación de la información disponible.

1.1.- Objeto y alcance de la evaluación

El objeto del presente trabajo es, a partir de la información existente, y de la búsqueda de datos adicionales pertinentes, la realización de un **análisis de la evolución del Sistema de Calidad Turística Español (SCTE), determinar el Impacto Socioeconómico del mismo, así como realizar propuestas de mejora.**

En cuanto al alcance, esta evaluación abarca dos de los tres subsistemas que integran el SCTE, en concreto, el **Sistema de Calidad Turística Español en Sectores** (SCTE-Sectores) y el **Sistema de Calidad Turística Español en Destinos** (SCTED).

Dentro de la presente investigación se realizará en primer lugar, una descripción del Sistema de Calidad Turística Española, incluyendo un análisis general de la actividad turística en España junto con el mercado laboral vinculado al propio Turismo.

En segundo lugar, se lleva a cabo una descripción del enfoque y los métodos utilizados para el desarrollo del presente trabajo; incluyendo una relación de las técnicas de investigación utilizadas, entre las que cabe destacar una encuesta *on-line* realizada a los establecimientos participantes en el propio SCTE.

En tercer lugar, se ha procedido al análisis de los resultados obtenidos en las diferentes herramientas utilizadas, que incluye el impacto socio-económico del SCTE así como, el análisis de la percepción de los propios usuarios del SCTE que contestaron a la encuesta remitida el pasado 22 de abril.

Por último, se incluyen una serie de propuestas de mejora derivadas del análisis de los resultados obtenidos en las diferentes técnicas de investigación utilizadas, y muy especialmente, las aportadas por los propios participantes de la encuesta.



2.- El Sistema de Calidad Turística Español y su contexto

2.1.- La Política de Turismo en España

Según la Organización Mundial del Turismo “El turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad) y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos”.

Es difícil precisar cuándo y cómo arrancó la historia del turismo en España. Si bien es un fenómeno que triunfó desde los años 50 en la mayoría de los países europeos y EEUU, en el caso de nuestro país la etapa franquista es clave en la historia de España y del turismo español. Ello nos llevaría a hablar de su evolución distinguiendo las siguientes etapas:

1. El inicio del turismo en España: los sesenta.

La década de los sesenta se caracterizó en España por el crecimiento económico, gracias al Plan de Estabilización aprobado por el Gobierno en 1959.

El desarrollo económico de estos años estaba basado en la industria (concentrada en provincias del norte y en Madrid) y en el turismo (principalmente en la parte Sur-Mediterránea de la península). Ello contribuyó a una evolución de la sociedad española.

2. Boom del turismo español: los ochenta.

A nivel nacional, en esta década se produce una reconversión industrial. España solicita tanto la entrada en la OTAN como en la CEE, de la que entra a formar parte en 1986 después de haber sido capaz de llevar a cabo varios cambios gracias a políticas de cambio y reforma.

Durante esta década se produjo un boom del turismo español, en gran medida gracias a la introducción del marketing en el turismo, que trajo a más viajeros extranjeros hacia nuestras tierras y hacia nuestras costas.

3. Nuevas formas de turismo: a partir de los noventa.

Con la entrada en vigor del Tratado de Maastricht se fijan los criterios de convergencia para entrar en la moneda única. El carácter restrictivo de la política monetaria impuesta impuso la necesidad de la devaluación de la peseta, con dos consecuencias para el turismo:

- Un efecto positivo: se abaratan los precios en España y por tanto se atrae a los turistas a nuestro país ya que tienen un mayor poder adquisitivo.
- Un efecto negativo: España sigue viéndose de cara al exterior como un destino de bajo coste, lo que no va a atraer turistas con alto poder adquisitivo. Por lo que el número de turistas aumentan a mayor velocidad que los ingresos que estos dejan en España.

A lo largo de todos estos años, se han ido elaborando una serie de Planes Públicos con el fin de localizar y analizar los problemas del turismo, proponer soluciones que se pudieran implantar y canalizar recursos para ello. Se han aprobado varios Planes para el turismo, que podríamos diferenciar en dos grandes períodos, marcados por la promulgación de la Constitución Española de 1978.

El primer período se caracterizó por las políticas turísticas expansivas cuyo objetivo era alcanzar el crecimiento máximo del turismo en términos cuantitativos, basado en una intervención pública centralizada en el Gobierno de la Nación. Se aprobaron:

- **Plan Nacional de Turismo de 1953**
- **I Plan de Desarrollo Económico y Social (1964-1967)**
- **II Plan de Desarrollo Económico (1968-1971)**



- **III Plan de Desarrollo Económico (1972-1975)**

Y un segundo período caracterizado por la transferencia de las competencias para la “promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial” a las Comunidades Autónomas, iniciándose una etapa en la que surge la necesidad de coordinar las actuaciones en materia de turismo y perfilar nuevas políticas de diferenciación de la oferta turística española en base a atributos como la calidad, la sostenibilidad, el conocimiento o la innovación. Se aprobaron los siguientes planes:

- **Plan de Medidas Urgentes (1974)**
- **Plan marco de competitividad del Turismo Español (FUTURES 1992-1995)**. Este Plan contemplaba como instrumento básico para su ejecución la creación de una Comisión Interministerial de Turismo, para dar participación a aquellos departamentos cuyas actuaciones tengan mayor incidencia sobre la política turística. Se aprobó el Real Decreto 6/1994, de 14 de enero, por el que se crea la Comisión Interministerial de Turismo.
- **Plan marco de competitividad del Turismo Español (FUTURES II 1996-1999)**
- **Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PCTE 2000-2006)**. Este Plan, a diferencia de los planes anteriores, se enmarca en un momento de recuperación del sector turístico español y da continuidad a los esfuerzos realizados en planes anteriores en pos de esa mejora. Coincide además en un momento de convergencia hacia los programas e iniciativas de la Unión Europea con la calidad como principio integral que abarca tanto al sector empresarial, a la gestión de los destinos y a la aplicación de los criterios de sostenibilidad medioambiental.
- **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015**
- Posteriormente se aprobó el **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**, así como el Plan de desarrollo del mismo Plan 08-12 que fueron aprobados por unanimidad en el seno del Consejo Español de Turismo, así como en la Conferencia Sectorial de Turismo celebrada el 7 de noviembre de 2007. El Plan fue finalmente aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros el 8 de noviembre de 2007. Se basa en el principio de liderazgo compartido y supone el inicio de un conjunto de actuaciones que las administraciones turísticas y los empresarios del sector van a desarrollar desde el compromiso con el medio ambiente, el impulso a las nuevas tecnologías y la consideración de las personas como el principal activo del sector turístico español, con el objetivo de asegurar que el turismo español sea una de las fuentes principales de empleo y bienestar social.

Actualmente, el Gobierno de España apuesta por un modelo de gobernanza turística basado en la calidad, la sostenibilidad, la rentabilidad, la innovación y la accesibilidad. A través de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, se está trabajando para incorporar la sostenibilidad al turismo, tanto en la dimensión económica, social, ambiental y de gobernanza (institucional), incorporando la participación de todos los actores que intervienen en la producción turística de un territorio, o en la cadena de valor de un producto turístico. Destaca la **Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030** con cinco ejes estratégicos (gobernanza colaborativa; crecimiento sostenible; transformación competitiva y rentabilidad del sistema; personas, empresas y territorio; producto e inteligencia turística).

Se están llevando a cabo diversas actuaciones para incorporar la sostenibilidad al turismo:

- Se han aplicado **planes especiales de recualificación de destinos turísticos maduros** (eje: Qualifica: <http://www.qualifica.org/>)
- Se ha elaborado un modelo de **auditorías de sostenibilidad turística** para los hoteles con una plataforma de asesoría online con el INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO: <http://www.hotel.isave.es/login>
- Creación de **productos turísticos que contribuyen al desarrollo sostenible del medio rural** (Rutas del Vino de España con la Asociación Ciudades del Vino de España – ACEVIN, www.wineroutesofspain.com; Turismo gastronómico con la marca Saborea España – www.tastingspain.es; Ecoturismo en España, la mejor de la naturaleza española – <http://soyecoturista.com>)



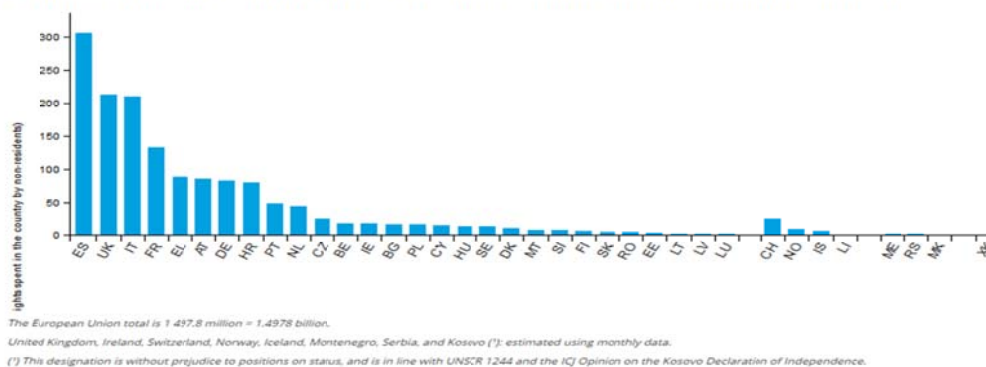
- Creación de la **Red Destinos Turísticos Inteligentes y Sostenibles** – implantación método DTIS: se trata de un instrumento para ayudar a los gestores a planificar y gestionar sus destinos turísticos, con el fin de:
 - mejorar la sostenibilidad de los destinos turísticos españoles y seguir dando motivos para su elección por la demanda como lugares de vacaciones
 - ayudar a los gestores a reorientar sus presupuestos para aplicar sus Planes de acción DTIS
 - ayudar a las administraciones turísticas a seleccionar dónde y a quién dotar con fondos públicos para que ejecuten planes de acción (de recualificación, reconversión, dinamización...)

2.2.- Datos generales sobre la actividad turística en España.

El turismo es uno de los principales sectores de la economía española, a la que contribuye con 137.020 millones de euros, lo que supone el 11,7% del PIB¹. Dado que es intensivo en personas, esto se traduce en una aportación todavía superior como generador de empleo, creando el 12,8% del empleo nacional gracias a los 2,6 millones empleados en las ramas relacionadas con el turismo, a la cabeza de los países de la OCDE. Su carácter estratégico no sólo se basa en su papel central en el sistema económico y como motor del mercado laboral, sino también en su transversalidad y gran efecto de arrastre y multiplicador sobre el resto de actividades productivas, además de impulsor de la cohesión y el equilibrio territorial por su extensión sobre el conjunto de la economía española.

El turismo contribuye adicionalmente a la mejora de la reputación internacional de España, por cuanto se posiciona tanto a nivel país como empresarialmente entre los líderes mundiales de la industria. Como reflejo de ello, el sector turístico español lidera el ranking de competitividad turística mundial elaborada por el World Economic Forum, ocupa la segunda posición mundial por volumen de ingresos, con 54,55 mil millones de euros, sola por detrás de EE.UU., y la tercera por número de turistas, con 75,66 millones en 2016. Dentro de la Unión Europea, España es el destino turístico preferido y el estado miembro que mayores ingresos turísticos netos genera.

Tourism destinations – nights spent at tourist accommodation establishments, 2017



El turismo es un sector dinámico que se encuentra en permanente transformación, lo cual exige una elevada capacidad de adaptación por parte de su industria para poder seguir avanzando en competitividad y valor social. Para ello uno de los retos más relevantes es incrementar su reconocimiento entre la población y los responsables políticos, en la actualidad muy por debajo de su elevada contribución socio económica e indudable prestigio internacional.

¹ Cuenta Satélite del Turismo de España 2017. INE.



2.4.- Datos laborales sobre el Turismo en España.

En el ámbito laboral, el turismo ha sido durante los últimos años el principal sector generador de empleo en España e integrador de colectivos con los mayores problemas de inclusión laboral y, sin embargo, una parte creciente de la sociedad no valora positivamente su notable contribución social, mientras se extienden episodios marginales y puntuales de rechazo ciudadano en algunos destinos (Barcelona, Mallorca, San Sebastián) durante su temporada punta. Además de los problemas sobrevenidos de percepción de congestión, en gran parte debidos al fenómeno descontrolado del alquiler de viviendas como alojamientos turísticos, esta situación procede del posicionamiento reputacional que tiene el sector como empleador, en gran medida explicado por la falta de conocimiento de sus condicionantes estructurales, a la vez que de la existencia de algunas prácticas laborales, que sin duda aún tienen un notable recorrido de mejora en algunas ramas de actividad y empresas del sector.

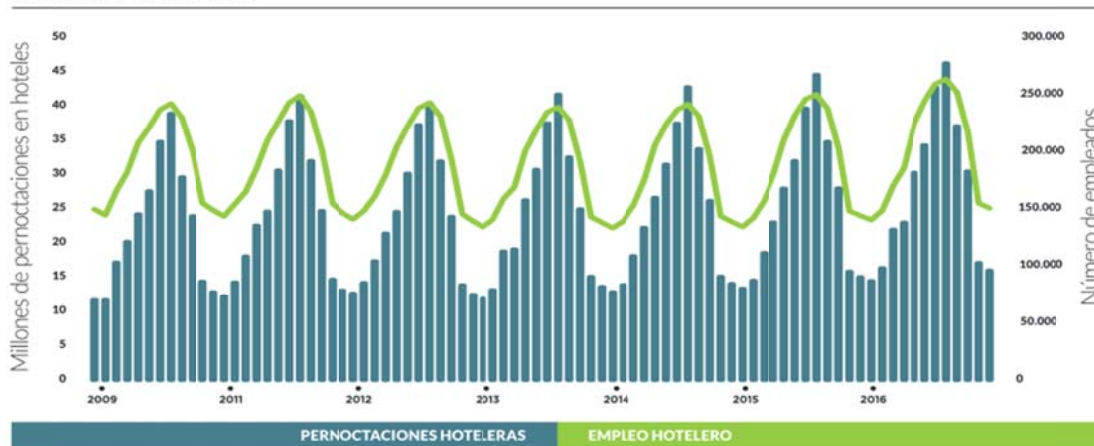
Las empresas relacionadas con el turismo se ven afectadas por una serie de factores estructurales e intrínsecos a la propia actividad turística, sobre los que es difícil actuar desde el sector. La mayor parte de ellos tienen una traslación directa sobre las condiciones del empleo que se genera, que en gran medida se encuentran detrás de muchas de las críticas que se achacan al sector en el ámbito laboral y, en consecuencia, de la imagen que se traslada del mismo a la sociedad.

La comprensión de estos factores es clave para valorar de manera más equitativa las notables fortalezas y debilidades de las actividades turísticas como generadoras de empleo frente a otras actividades económicas, así como su determinante papel como sector generador de prosperidad y cohesión territorial. Los factores más importantes que afectan a la dimensión laboral del sector turístico son las siguientes:

- La irregular distribución mensual, semanal e incluso diaria de la demanda turística, que condiciona las características del empleo que se genera por la necesidad de introducir instrumentos de flexibilidad en la gestión de los recursos humanos.

Debido a la vinculación de la llegada de turistas al atractivo climático y a la incidencia del calendario laboral, la demanda turística se multiplica durante los meses de verano y durante las celebraciones de la Navidad, la Semana Santa o los principales festivales, provocando una **marcada estacionalidad**. Sirva como referencia que, en media, en España la demanda en los hoteles españoles durante el mes de agosto es 3,2 veces superior a la que se produce en enero. Esta situación es especialmente relevante en los destinos vacacionales de la costa peninsular, donde se concentra el volumen más importante de la demanda turística y consecuentemente del empleo.

RELACIÓN ENTRE LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y EL EMPLEO EN EL SECTOR HOTELERO
FUENTE: Exceltur con datos de la EOH (INE)





- El **gran peso e importancia cuantitativa de la restauración** entre la heterogeneidad de sectores vinculados a la actividad turística (distribución, transporte, alojamiento y ocio), que determina buena parte de los rasgos laborales que se le atribuyen al sector en su conjunto y que no rigen en muchos de los demás subsectores turísticos.
- La **intensidad de empleados de base** que conforman la mayor parte de la masa laboral en los sectores de mayor tamaño y más relacionados con la actividad turística (restauración, principalmente) y sus implicaciones en el análisis de las distintas estadísticas laborales (especialmente la vinculadas a los contratos y condiciones salariales) y su comparación con otros sectores.
- La mayoritaria fragmentación del tejido empresarial y el **predominio de pequeñas empresas (menos de 10 empleados) y autónomos**, que permite extender la actividad turística por todo el territorio, dotando de flexibilidad y capacidad de resistencia frente a las etapas de crisis, por su carácter familiar, pero que, a la vez, se caracterizan por un menor desarrollo y profesionalización en la gestión del capital humano.

Se trata de una realidad que, si bien caracteriza, en gran medida, el marco de relaciones laborales y de características del empleo asimilado al turismo en España, ha jugado un papel determinante en la capacidad de extender las bondades de la actividad turística a la mayor parte de la actividad turística, ha dotado de una mayor capacidad de resistencia al empleo y la propia actividad turística por el carácter familiar de las empresas de menor tamaño y confiere una **notable flexibilidad y capacidad de adaptación a los entornos y las demandas de los consumidores**.

La fuerte presencia de micropymes en el sector viene de nuevo marcada por el peso y la incidencia de las pequeñas empresas familiares en la restauración. El predominio de empresarios individuales y la todavía baja presencia de cadenas en el ámbito de los bares, restaurantes y cafeterías explican que el 95% de los negocios de la restauración en España sean microempresas.

PORCENTAJE DE EMPRESAS POR TAMAÑO DE LA COMPAÑIA Y RAMA DE ACTIVIDAD TURÍSTICA

FUENTE: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE (2016)

RAMAS DE ACTIVIDAD TURÍSTICA	TOTAL DE EMPRESAS	%DE EMPRESAS			
		MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA	GRAN EMPRESA
Servicios de comidas y bebidas	159.031	95,7%	4,0%	0,3%	0,0%
Otro transporte terrestre de pasajeros	19.366	93,5%	5,2%	0,9%	0,3%
Actividades deportivas	15.490	83,4%	14,6%	1,6%	0,4%
Servicios de alojamiento	14.667	78,7%	16,3%	3,9%	1,1%
Actividades de creación, artísticas y espectáculos	7.810	87,6%	10,3%	1,6%	0,5%
Actividades recreativas y de entretenimiento	7.149	85,6%	12,4%	1,6%	0,4%
Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos	5.431	92,4%	5,9%	1,4%	0,3%
Alquiler de vehículos de motor	2.303	92,7%	5,9%	0,9%	0,5%
Transporte marítimo de pasajeros	227	85,5%	12,8%	0,9%	0,9%
Transporte aéreo de pasajeros	125	52,8%	23,2%	16,8%	7,2%
Transporte de pasajeros por vías navegables interiores	47	85,1%	14,9%	0,0%	0,0%
Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril	7	0,0%	0,0%	28,6%	71,4%



2.5.- El Sistema de Calidad Turística Español

El Sistema de Calidad Turístico Español, creado en los años 90, se configura como un conjunto de metodologías, directrices y herramientas de gestión recogidas en Normas de Calidad, que tienen como finalidad última asegurar la calidad del Sector Turístico Español. Cuenta con tres modalidades:

a) SCTE – sectores

Es la metodología más exigente que promueve la certificación de los establecimientos según las normas UNE e ISO. Esta certificación otorga el derecho de uso de la **Marca Q** de Calidad Turística.

Una organización turística obtiene la Q Calidad Turística cuando evidencia el cumplimiento de los requisitos técnicos que su norma correspondiente dicta. **La organización debe implementar un sistema de gestión orientado al servicio al cliente y en mejora continua.**

La certificación que da el derecho de uso de la Marca Q la realiza el **Instituto para la Calidad Turística Española** (ICTE). El ICTE ha desarrollado una serie de normas específicas para cada sector, con el fin de que cualquier establecimiento turístico que quiera demostrar a sus clientes su apuesta por la mejora continua y por la calidad como herramienta de gestión, pueda disponer de una certificación que lo avale.

Las normas sectoriales del ICTE se orientan a todo tipo de empresas turísticas, entre los sectores normalizados se encuentran las agencias de viajes, alojamientos rurales, balnearios, camping, campos de golf, estaciones de esquí y montaña...

Las empresas dedicadas al sector turístico que obtengan la Q de calidad del ICTE obtendrán ventajas tanto internamente como externamente, pues el cliente disfrutará de un servicio adecuado a sus expectativas y necesidades. Por un lado las empresas del sector turístico consiguen mejorar su eficiencia, pues implantan un sistema de mejora continua que se refleja en una mejora de la gestión y por lo tanto en un aumento de la satisfacción del cliente. De la misma forma, obtener la Q de calidad turística es un elemento de promoción, reconocimiento y diferenciación dentro del sector. Asimismo se ofrece a los empleados formación continua, facilitando su integración y motivación en el trabajo.

Actualmente, hay **1449 establecimientos certificados con la Q de calidad turística.**

(www.calidadturistica.es)

b) Sistema de Calidad Turística en Destinos (SICTED)

Es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovidos por la Secretaría de Estado de Turismo, con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabaja con empresas/servicios turísticos de hasta 35 oficios diferentes, con el objetivo último de mejorar la experiencia y satisfacción del turista. Persigue un nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista dentro de un mismo destino.

Cualquier destino que desee participar en el programa SICTED deberá consultar a la Secretaría de Estado de Turismo y/o a la Federación Española de Municipios y Provincias si se da el marco de cooperación oportuno en su territorio y los requisitos necesarios para la adhesión. La participación en este sistema no tiene coste directo para ninguna de las entidades participantes.

Este sistema ofrece a las empresas/servicios turísticos adheridos un plan de formación, visitas de asistencia técnica por parte de asesores homologados, talleres colectivos, grupos de trabajo que desarrollan propuestas de mejora para el destino y evaluaciones que contrastan la



adecuación de la empresa/servicio a los estándares de calidad. Todo ello culmina en la obtención del distintivo Compromiso de Calidad Turística.

Éste se otorga a las empresas/servicios turísticos que han acreditado el cumplimiento de los requisitos fijados. Es un reconocimiento al esfuerzo y compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue al establecimiento frente a la competencia. El distintivo tiene validez bienal, aunque está condicionado a una evaluación anual de seguimiento.

Desde su creación en 2000 hasta 2019, 20.952 establecimientos, correspondientes a 15.379 organizaciones, han participado en el SICTED.

En marzo de 2019 tiene 35 oficios, 191 destinos, 5.596 empresas distinguidas.

c) Anfitriones

El proyecto Anfitriones del Turismo, enmarcado dentro del Plan de Turismo Español Horizonte 2020, nace con el fin de mejorar la calidad de las empresas y destinos turísticos para satisfacer de forma correcta las expectativas del turista más exigente.

El objetivo principal de la Administración General del Estado desde hace más de diez años ha sido contribuir a la preparación de las empresas y destinos turísticos para que adapten sus servicios al ritmo que exigen las tendencias del mercado e impulsar un conjunto de estrategias y actuaciones que sitúen al turista como centro de atención y perspectiva para la mejora competitiva de nuestro país. Por ello se han realizado los trabajos necesarios destinados a fomentar la cultura del detalle y la atención al cliente antes, durante y después del viaje con el único fin de mejorar la calidad percibida en su conjunto. Las dos líneas básicas de actuación son:

- ✚ Impulsar la cultura del detalle a través de programas de sensibilización y formación de los prestatarios de servicios turísticos en materia de atención al cliente (Programa Cultura del Detalle).
- ✚ Favorecer el embellecimiento de los destinos turísticos como factor clave para influir positivamente en la percepción global que el cliente mantenga de éstos (Programa Destino en Detalle).

ACCIONES 2019

✚ Calidad turística

- Creación de nuevo Portal Integral de Calidad Turística Española, abarcando SICTED y Q.
- Ampliación de los convenios de Calidad Turística con Comunidades Autónomas para incluir Productos Turísticos, Innovación, Accesibilidad y Sostenibilidad Turística.
- Aplicación de la nueva metodología SICTED 2018.
- Plan de Transparencia y Gobierno Abierto del Sistema de Calidad Turística Español (Plan TGA_SCTE).

✚ Formación Turística

- Multiplicación del alcance e impacto formativo.
- Formación en base a metodologías abiertas.
- Diseño del Marco de competencias turísticas.
- Inicio de cursos masivos MOOC.
- Plataforma formativa turística basada en EDX.

La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P. (SEGITTUR), dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y adscrita



a la Secretaría de Estado de Turismo, es la responsable de impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español, tanto en el sector público como en el sector privado.

La actividad de SEGITTUR se alinea con los principales objetivos de la Secretaría de Estado de Turismo y, por ende, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a la vez que da respuestas a distintas medidas y actuaciones recogidas en el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015. Para ello, se ha diseñado una estrategia basada en cuatro ejes de actuación:

1. Innovación: SEGITTUR se posicionará como la responsable de impulsar la innovación en el sector turístico español, tanto en el ámbito público como privado.
2. Internacionalización: SEGITTUR difundirá, promocionará e implementará en los mercados turísticos nacionales e internacionales las buenas prácticas, los conocimientos y la innovación tecnológica que han convertido a España en un referente mundial en el ámbito del turismo internacional.
3. Emprendedores: SEGITTUR será el instrumento de la Secretaría de Estado de Turismo en el apoyo a los emprendedores del sector, mediante acciones encaminadas a impulsar el espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas (ventanilla única turística, programas de financiación...).
4. Promoción: SEGITTUR continuará con su labor de apoyo a la promoción, en la que acumula una experiencia de casi diez años en la promoción de España como destino turístico en el exterior, así como del patrimonio cultural mediante gestión de campañas online y offline, diseño, gestión y mantenimiento de portales web y estrategia en redes sociales.



3.- Enfoque y metodología de la evaluación

3.1.- Enfoque

La evaluación del SCTE se realiza desde tres enfoques diferenciados:

En primer lugar, se analiza la extensión y profundización del SCTE, es decir, el desarrollo territorial de la participación de establecimientos turísticos en el sistema y la medida en la que ésta se materializó en reconocimientos de calidad en la gestión, desde el inicio del programa a finales de los años noventa hasta la actualidad, así como su posible evolución. Este análisis permitirá un acercamiento a valorar la intervención pública en base a criterios de cobertura, eficacia y sostenibilidad.

En segundo lugar, se analiza el impacto socio-económico de la intervención en el número de trabajadores ocupados en los establecimientos participantes en el SCTE así como el resultado de explotación de los mismos.

Y, en tercer lugar, se analiza la percepción de los establecimientos participantes en el SCTE en relación con los beneficios del sistema.

Así, esta evaluación combina un enfoque objetivo basado en el análisis de los datos cuantitativos puestos a disposición del equipo de evaluación por la Secretaría de Estado de Turismo, así como de datos extraídos de fuentes públicas como las del INE, con un enfoque cualitativo sobre percepción basado en los resultados de una encuesta a usuarios realizada ad hoc para la realización de este informe.

Con este planteamiento se ha tratado de dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿El SCTE se ha implantado en establecimientos turísticos de todo el territorio nacional?
¿El desarrollo territorial del SCTE ha sido homogéneo? ¿El desarrollo del SCTE está alineado con el desarrollo turístico en general?
2. ¿Se han materializado las actuaciones del SCTE en distinciones de reconocimiento de calidad?
3. Dada la evolución de las adhesiones y de los reconocimientos ¿existe una tendencia clara que determine la continuidad de los resultados obtenidos?
4. ¿En qué medida los establecimientos distinguidos en el SCTE impactan en el empleo turístico nacional?
5. ¿En qué medida los establecimientos distinguidos en el SCTE impactan en la economía turística nacional?
6. ¿Se han cumplido sus expectativas en relación con el reconocimiento del SCTE?
7. ¿Considera que los procedimientos del SCTE son mejorables? ¿En qué variables de negocio consideran los usuarios del sistema que la distinción en calidad ha impactado en su actividad? ¿En qué variables consideran los usuarios del sistema que el renacimiento de calidad ha impactado en su actividad?

Las cuestiones a abordar, así como los indicadores y las fuentes de datos utilizadas se plasma en la matriz de preguntas de evaluación que se esquematiza a continuación:



MATRIZ DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

ENFOQUES DE ANÁLISIS	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PREGUNTAS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	FUENTE
Análisis de la extensión y profundización del SCTE	<p>Cobertura Se analiza el grado de desarrollo de la intervención desde su inicio hasta la actualidad</p> <p>Eficacia Se analiza el grado en el que la intervención se materializó en la obtención de un reconocimiento de calidad desde su inicio hasta la actualidad</p> <p>Sostenibilidad Se analiza la probabilidad de que los resultados de la intervención se mantengan en el tiempo</p>	<p>¿El SCTE se ha implantado en establecimientos turísticos de todo el territorio nacional?</p> <p>¿El desarrollo territorial del SCTE ha sido homogéneo?</p> <p>¿El desarrollo territorial del SCTE está alineado con desarrollo territorial turístico general?</p> <p>¿Se han materializado las actuaciones del SCTE en reconocimientos de calidad?</p> <p>Dada la evolución de los reconocimientos ¿existe una tendencia clara que determine la continuidad de los resultados obtenidos?</p>	<p>Peso porcentual por provincias de los establecimientos incluidos en el SCTE: desagregado por SCTE Sectores y SICTED</p> <p>Peso porcentual por CCAA de los establecimientos incluidos en el SCTE: desagregado por SCTE Sectores y SICTED</p> <p>Peso porcentual de tipo de oficio incluidos en el SCTE: desagregado por SCTE Sectores y SICTED</p> <p>Nº de certificados SCTE Sectores emitidos</p> <p>Nº de distinciones SICTED emitidas</p> <p>Peso porcentual por provincias de los establecimientos certificados</p> <p>Peso porcentual por CCAA de los establecimientos distinguido</p> <p>Peso porcentual de tipo de oficio: desagregado por certificados y distinciones</p> <p>% de certificaciones activas de SCTE sectores</p> <p>% de distinciones activas de SICTED</p> <p>% de establecimientos que han causado baja en el sistema: desagregado por CCAA, provincia y oficio</p> <p>Peso porcentual de viajeros por CCAA y Provincias</p> <p>Peso porcentual de establecimientos hoteleros por CCAA y Provincia</p> <p>Peso porcentual de empleos en hoteles por CCAA y Provincia</p>	<p>BD de la Secretaria de Estado de Turismo</p> <p>INE</p>
Análisis de impacto socio-económico del SCTE	<p>Impacto Se analiza el impacto socio económico neto de los establecimientos reconocidos actualmente</p>	<p>¿En qué medida los establecimientos reconocidos en el SCTE impactan en el empleo turístico nacional?</p> <p>¿En qué medida los establecimientos reconocidos en el SCTE impactan en la economía turística nacional?</p>	<p>Nº de trabajadores y volumen ventas (por intervalos de valor) en establecimientos certificados y distinguidos</p> <p>Promedio trabajadores ocupados en hoteles por CCAA y Provincia</p> <p>Ratio de ventas por empleado (previa segmentación de establecimientos)</p>	<p>BD de la SET</p> <p>BD Informa</p> <p>Encuesta</p>
Análisis de percepción de los usuarios del SCTE	<p>Percepción Se analiza la percepción de los usuarios del SCTE en relación con los beneficios imputables a la intervención</p>	<p>¿Se han cumplido sus expectativas en relación con el reconocimiento del SCTE? ¿En qué variables consideran los usuarios del sistema que el renacimiento de calidad ha impactado en su actividad? ¿Considera que los procedimientos del SCTE son mejorables</p>	<p>Valoración porcentual de los usuarios del SCTE en cada ítem de la encuesta, segmentados por tipo empresa, número de trabajadores y volumen de ventas</p>	<p>Encuesta</p>



3.2.- Metodología

Las herramientas utilizadas para la recopilación información han sido las siguientes:

Análisis documental

Información documental facilitada directamente por la Subdirección General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, así como información recogida en la página web del Departamento , de SEGITTUR y del ICTE.

Análisis de datos

Se ha utilizado para este análisis los datos recogidos en la Base de Datos de los establecimientos participantes en el SCTE, así como datos relacionados con turismo de diferentes encuestas del INE

Para el estudio de impacto socio-económico del SCTE se ha extraído una muestra representativa de establecimientos del SICTED y SCTE-sectores y se han cruzado datos con la BD Informa (base de datos privada que recoge información relativas a empleo y cuentas financieras de empresas)

- Encuesta on-line²realizada a los establecimientos participantes en el SCTE

3.3.- Limitaciones de la evaluación

La evaluación del Sistema de Calidad Turística Español presenta importantes limitaciones debido principalmente a las características de la información disponible.

El SCTE tiene un complejo sistema de gobernanza a diferentes niveles público-privado que mantiene la información compartimentada, lo que conlleva que ésta no siempre esté disponible, y que en ocasiones, aun estándolo, su agregación sea posible por no tener un formato común.

El SCTE se lidera a nivel estatal desde la Secretaría de Estado de Turismo, si bien, igualmente desde este mismo nivel, participan en la gestión el ICTE así como la empresa pública SEGITTUR. El desarrollo se realiza en colaboración, a nivel local, con la FEMP y las Entidades Locales correspondientes, así como los gestores de destino, organizaciones auditoras etc... Desde estas instancias se genera información diferente a la que por el tiempo limitado para la realización de la evaluación no sido posible acceder.

Por otro lado, no hay evidencias de un despliegue de objetivos específicos cuantificables que permitan valorar la eficacia del sistema de forma directa, únicamente permite un acercamiento a través de los resultados del SCTE en la materialización de reconocimientos de calidad, con las limitaciones que esto supone. Tampoco se debe olvidar, que el objetivo general del SCTE de mejorar la calidad del sector turístico español solo podría ser medido a través de un indicador subjetivo de calidad percibida, en tanto que la calidad es un atributo que está relacionado directamente con las expectativas de los usuarios de los servicios turísticos, y este dato, si bien debe estar recogido por los establecimientos participantes en los programas, ya que los modelos de calidad aplicados en el SCTE establecen la medición de la satisfacción, esta información no se encuentra recogida en el sistema de gestión.

Por último, es importante señalar, la limitación que habitualmente se produce en las evaluaciones que conllevan valorar el impacto de la intervención, en este caso, el impacto socio-económico del SCTE, dada la dificultad para aislar el impacto producido por la actuación pública de otras múltiples posibles causas.

² Anexo I




4.- Análisis de resultados

4.1.- Análisis de la extensión y profundización del SCTE

El SCTE, desde su creación en el año 2000, ha tenido una amplia expansión alcanzado un total de **26.203 establecimientos adheridos**, de los que el **80% (20.952) han estado adheridos al SICTED**, y el **20% restante (5.251) al SCTE Sectores**.

Actualmente, a fecha de elaboración de este informe, permanecen en el Sistema un total de **9.502 establecimientos**, de los que un **83% (7.857) se corresponde con establecimientos activos en el SICTED**, y un **17% (1.645) al SCTE-Sectores**.

Tabla 1 Cuadro resumen situación establecimientos incluidos en el SCTE

	SICTED	Adheridos	2.261
		Distinguidos	5.596
		Bajas en el sistema	13.095
		Total 2000-2019	20.952
	SCTE - Sectores	Adherido	196
		Baja Adherido	1.313
		Certificado	1.449
		Baja Certificado	2.293
		Total 2000-2019	5.251

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

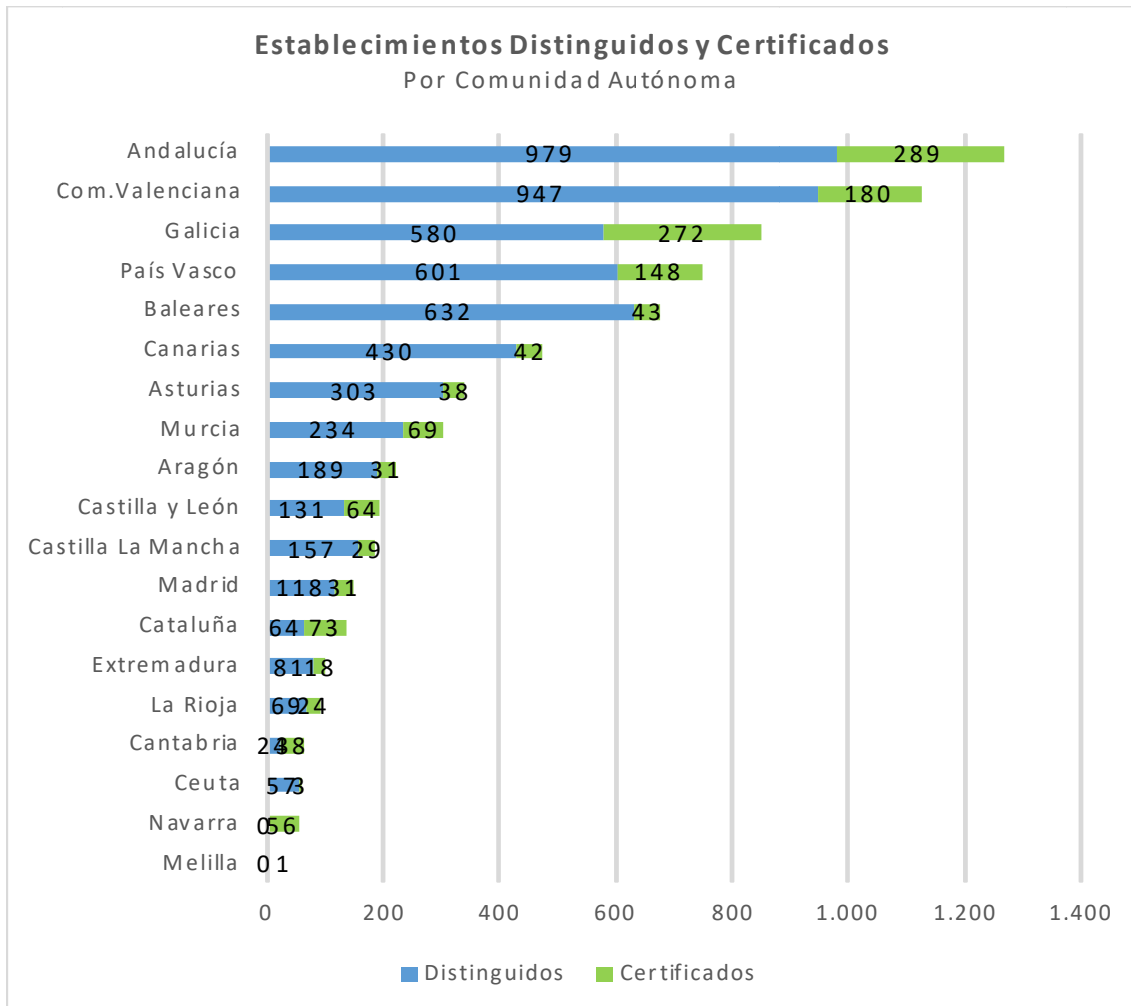
El objetivo general de la intervención pública es mejorar la calidad del turismo en España, por lo que la eficacia de los Sistemas de calidad vendrá determinada por la obtención por parte de los establecimientos integrantes del SCTE de un reconocimiento en esta materia, bien la Distinción del SCTE-Sectores, bien el Certificado de calidad del SICTED, ya que es únicamente estos reconocimientos los que determinan la medición de la calidad de los establecimiento a través de un modelo homologado que permite la medición y la comparación de la calidad de los mismos.

Atendiendo a este criterio, un total de **7.045 establecimientos tienen un actualmente reconocimiento** de calidad en el Sistema, lo que supone que el **74%** de los establecimientos integrados actualmente en el Sistema tienen un reconociendo de calidad (**21% Distinciones del SCTE-Sectores y 79% Certificaciones del SICTED**).

Como se puede observar en el siguiente gráfico, los establecimientos con un reconocimiento de calidad del Sistema, se distribuyen en la totalidad de las Comunidades Autónomas, si bien de una forma muy desigual, siendo las Comunidades Autónomas de Andalucía, Comunidad Valenciana y Galicia las que acumulan el mayor número de establecimientos reconocidos. No obstante, si desagregamos los datos por tipo de reconocimiento, se observa que la Ciudad Autónoma de Melilla no tiene ningún establecimiento distinguido en el SICTED.



Gráfico 1 Establecimientos Distinguidos y Certificados por CCAA

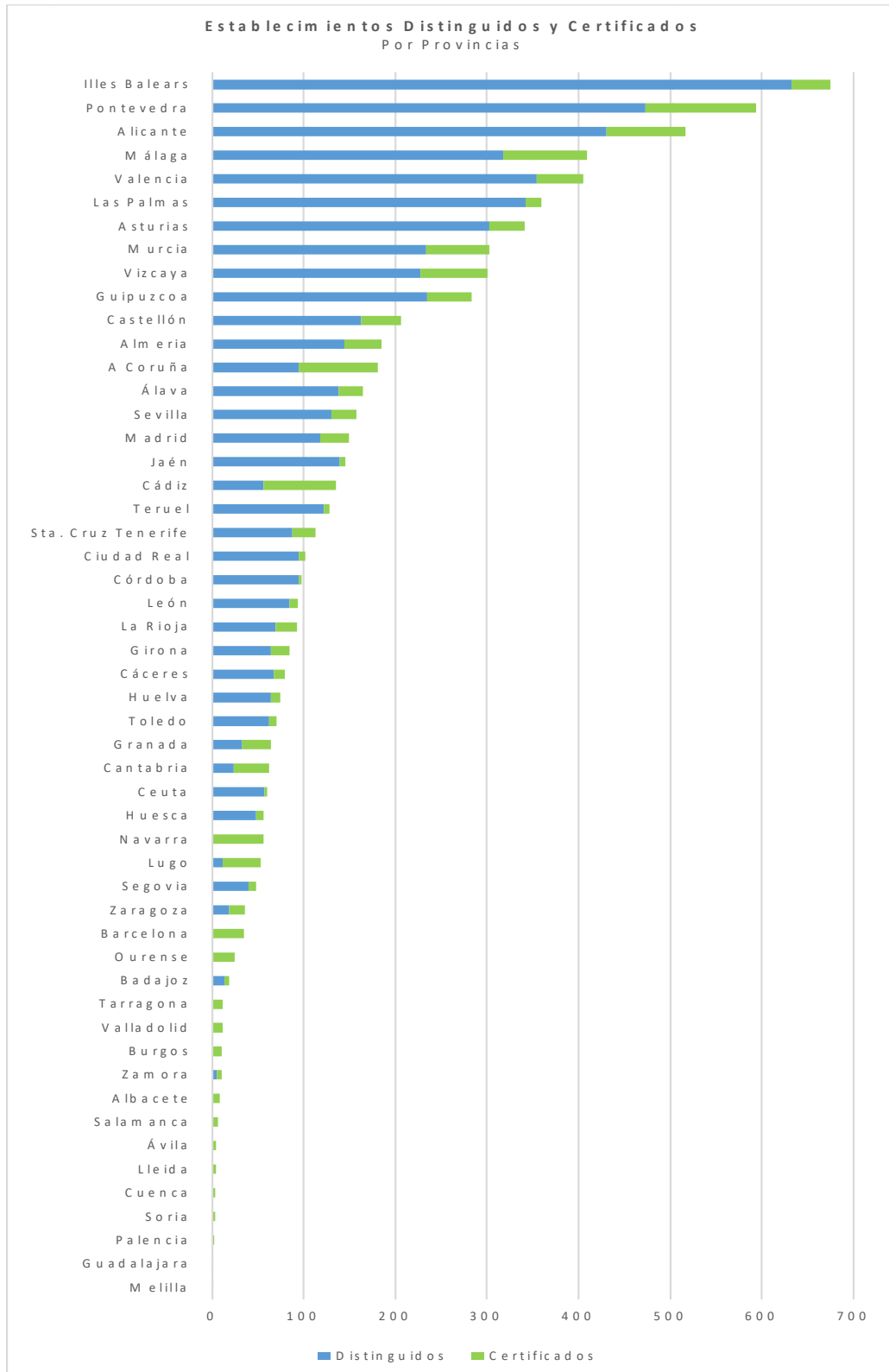


Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET



Esta misma información presentada por provincias presente siguiente perfil:

Gráfico 2 Establecimientos Distinguidos y Certificados por Provincia

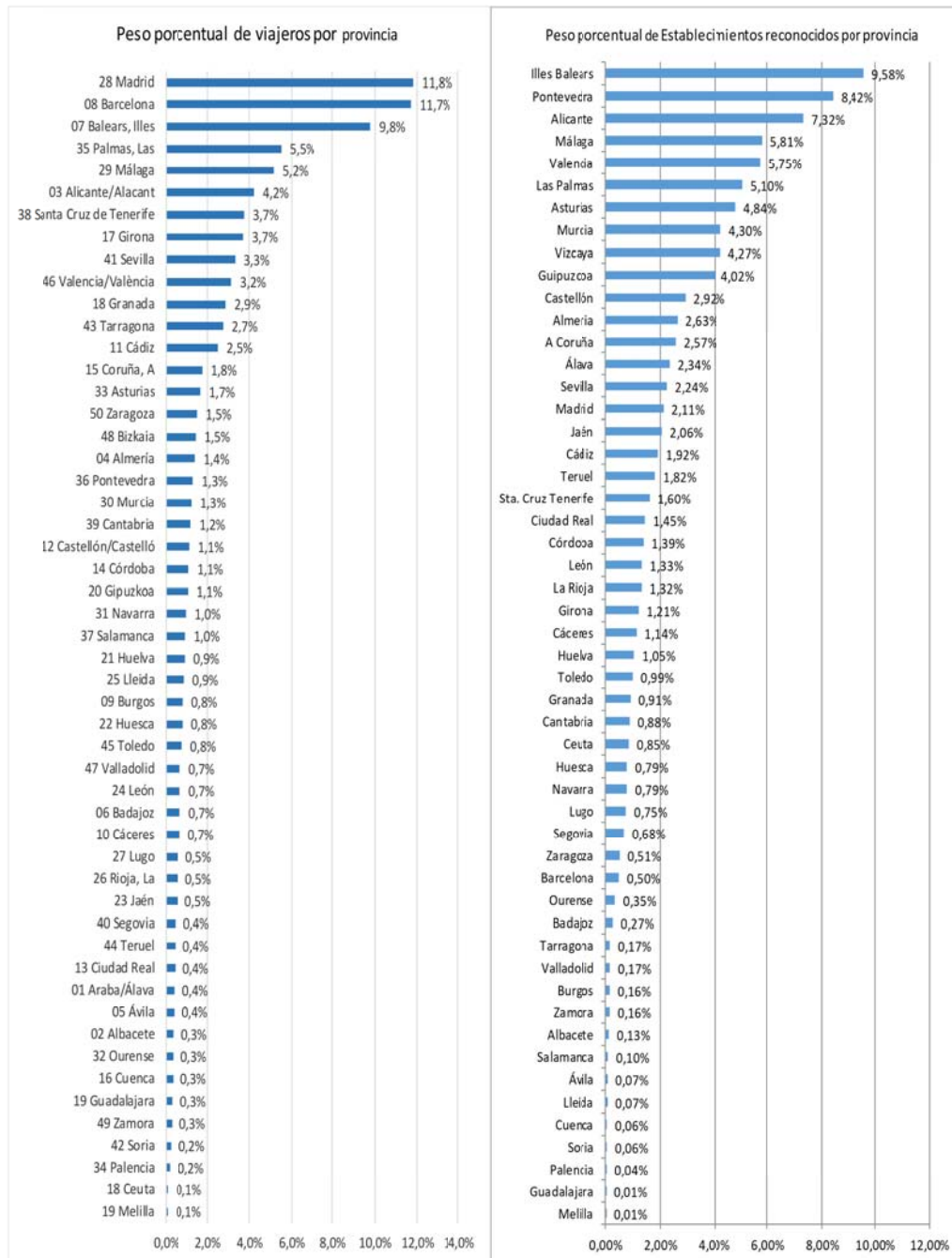


Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET



A la vista de la cobertura del Sistema en las diferentes CCAA y Provincias resulta pertinente determinar en qué media el Sistema se ha ido desplegando alineado con la política turística general. Para ello, se compara la correlación entre el número de establecimientos reconocidos en cada provincia y otro indicador turístico general que determinan el desarrollo turístico de forma territorializada, en concreto, con el número de turistas por provincia:

Gráfico 3: Peso porcentual por provincia de número de viajeros y establecimientos con reconocimiento de calidad



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET y datos publicados en el INE



En base a los datos recogidos en los gráficos anteriores, se puede observar **las provincias que mayor peso porcentual de número de viajeros tienen no se corresponden con las provincias donde mayor extensión tiene el SCTE**, así Madrid, que acumula prácticamente el 12% de los viajeros del país tiene únicamente poco más del 2% de los establecimientos reconocidos, igualmente Barcelona, que acumula un 11,7% del número de viajeros, únicamente tiene un 0,5% de los establecimientos reconocidos. En el extremo contrario, tenemos provincias sobrerrepresentadas como es el caso de Pontevedra que un 8,42% de los establecimientos con reconocimientos de calidad y únicamente ostenta 1,3% de los viajeros.

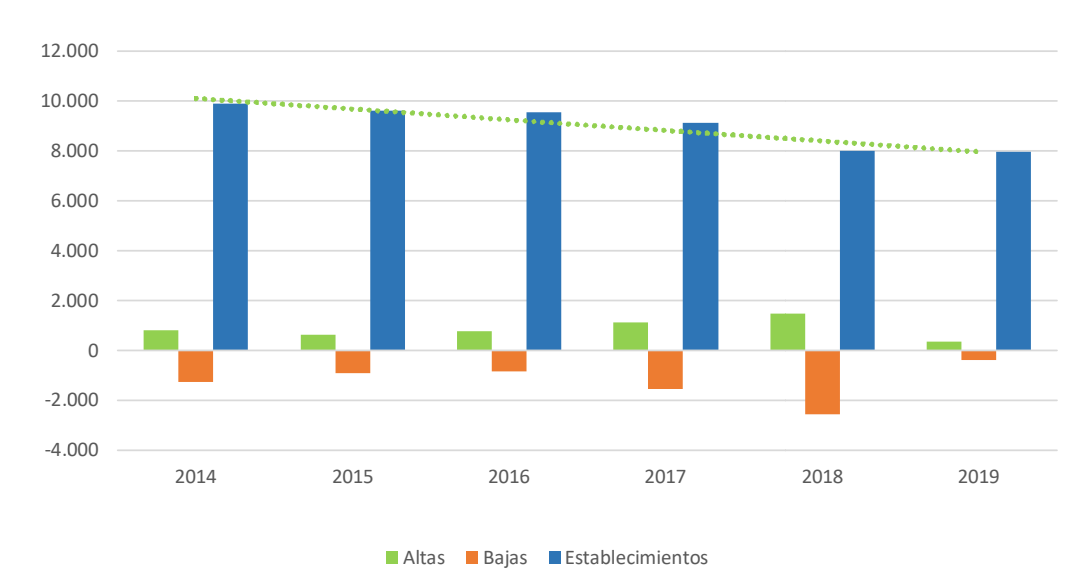
Así, se puede afirmar, que el desarrollo del SCTE no se alinea con el desarrollo turístico del país. Esto se puede deber, o bien a que los establecimientos turísticos más activos encuentran en el ámbito privado productos sustitutivos de los modelos aportados por el SCTE, o bien a la existencia de barreras que limiten el acceso al Sistema. En todo caso, esta situación demanda un estudio de la demanda que permita identificar las necesidades concretas del sector y permita redimensionar o, en su caso, reenfocar la intervención pública.

Finalmente, es necesario analizar la sostenibilidad del SCTE, es decir, en qué medida esta intervención pública mantendrá sus efectos en el futuro.

Atendiendo a los datos recogidos al inicio de este apartado se observa que de todos los establecimientos participantes en el Sistema durante su vigencia **han causado baja un 64% de los establecimientos**. Dado que el número es muy elevado, se analiza por separado la evolución de las altas y bajas en el sistema.

En el gráfico siguiente se puede observar que **desde el año 2014 el número de altas presenta una leve tendencia al alza, sin embargo, el número de bajas es mayor, lo que produce un crecimiento negativo del sistema** que pone en peligro el mantenimiento del Sistema en el corto plazo y determina la necesidad de elaborar un plan de actuación que reavive y relance el Sistema.

Gráfico 4 Evolución del SCTE



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET



4.2.- Análisis del impacto socio-económico del SCTE

Una vez analizadas las dos muestras obtenidas a partir del fichero Excel facilitado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, así como los datos obtenidos de la base de datos Informa se puede señalar lo siguiente:

	SCTE Sectores
--	----------------------

Del fichero Excel facilitado por el Ministerio se extrajeron al azar 112 CIF-NIF correspondientes a 112 empresas – establecimientos adheridos o certificados en el **SCTE-Sectores** de entre una población de 1.449 establecimientos para analizar el número de trabajadores y el balance de resultados. El resultado es el siguiente:

SCTE Sectores	
Muestra	112
Población total	1.449
% Representatividad de la Muestra sobre total	7,73%
Error Muestral	10%

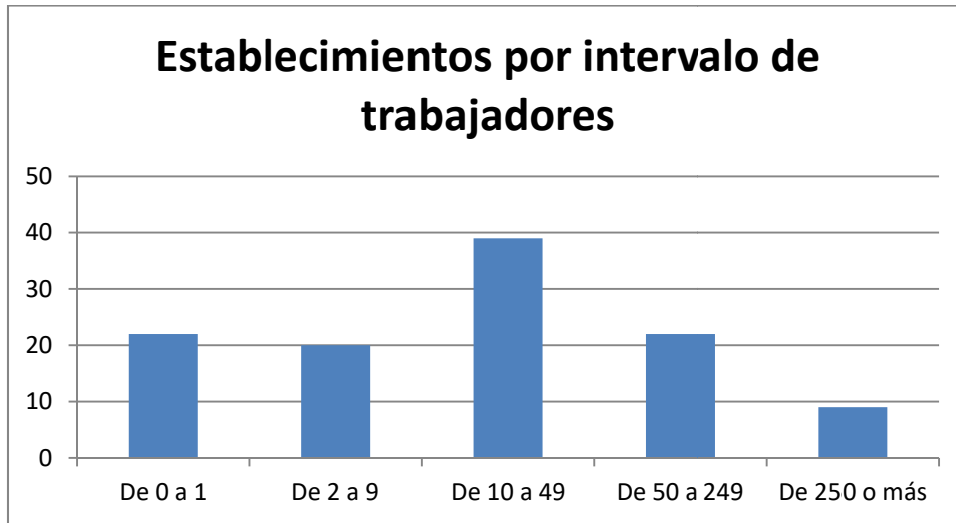
A) Impacto Laboral.

Intervalo Trabajadores	Establecimientos por intervalo de trabajadores	Porcentaje	Total trabajadores	Promedio trabajadores
De 0 a 1	22	19,64%	21	0,95
De 2 a 9	20	17,85%	125	6,25
De 10 a 49	39	34,82%	862	22,10
De 50 a 249	22	19,64%	2271	103,23
De 250 o más	9	8,04%	14.399	1599,89
TOTAL	112	100%	17.678	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

Teniendo en cuenta que según los datos de la encuesta de población activa para el segundo trimestre del año 2018 el número de trabajadores ocupados en actividades de la industria turística era de 2.993.673.

- ✚ Si 1.449 establecimientos suponen el 100% de los establecimientos del SCTE - Sectores, 112 representan el 7,73%.
- ✚ Si el 7,73% de establecimientos tienen un total de 17.678 trabajadores, el 100% tendrían un total de 228.693 trabajadores.
- ✚ Si el número total de trabajadores ocupados en la industria del turismo es de 2.993.673, el total de trabajadores (228.693) de establecimientos adheridos o certificados en el SCTE-Sectores representa un **7,64%**.

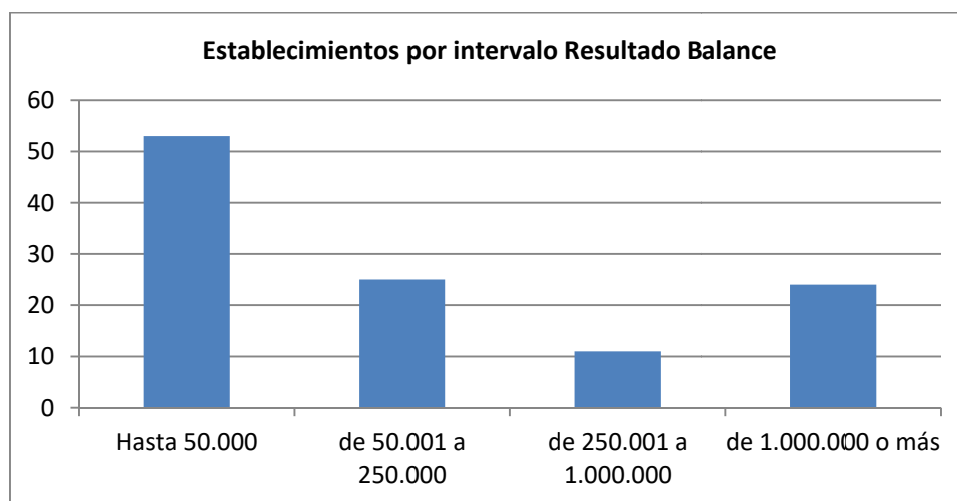


Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

B) Impacto económico.

	Establecimientos por intervalo	Porcentaje %	Total Balance
Hasta 50.000	53	47,32%	-5.440.595
de 50.001 a 250.000	25	22,32%	3.028.595
de 250.001 a 1.000.000	11	9,82%	6.254.525
de 1.000.000 o más	24	21,43%	363.546.653
	112	100%	367.389.178

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET



Teniendo en cuenta que según los datos Instituto Nacional de Estadística el gasto turístico en su conjunto para el año 2018 alcanzó los 89.856.000.000 euros

- ✚ Si 1.449 establecimientos suponen el 100% de los establecimientos, y 112 representan el 7,73%.
- ✚ Si el 7,73% de establecimientos tienen unos ingresos totales de 367.389.178, el 100% tendrían un total de 4.752.770.737 de euros de ingresos.
- ✚ Si los ingresos totales en la industria del turismo representan 89.856.000.000 euros, el total de ingresos (4.752.770.737) de establecimientos adheridos o certificados en el SCTE-Sectores representa un **5,29 % del total**.

**SICTED**

Del fichero Excel facilitado por el Ministerio se extrajeron al azar 97 CIF-NIF correspondientes a 97 empresas – establecimientos que actualmente se encuentra distinguidos en el **SCTE-Sectores** de entre una población de 5.596 establecimientos para analizar el número de trabajadores y el balance de resultados. El resultado es el siguiente:

SICTED	
Muestra	97
Población total	5.596
% Representatividad de la Muestra sobre total	1,73%
Error Muestral	10%

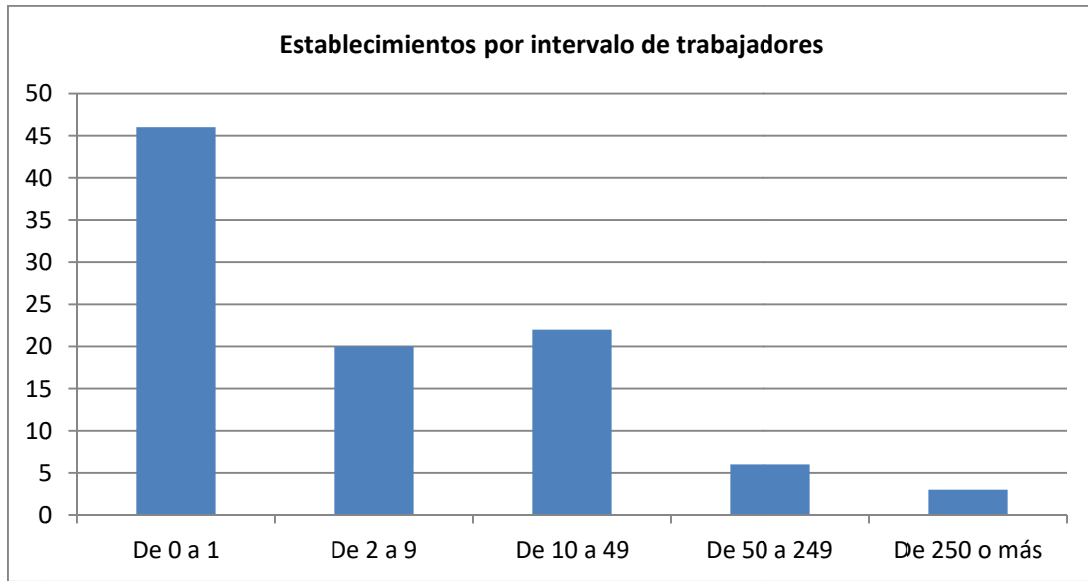
A) Impacto Laboral.

Intervalo Trabajadores	Establecimientos por intervalo de trabajadores	Porcentaje	Total trabajadores	Promedio trabajadores
De 0 a 1	46	47,42%	43	0,93
De 2 a 9	20	20,62%	95	4,75
De 10 a 49	22	22,68%	514	23,36
De 50 a 249	6	6,19%	749	124,83
De 250 o más	3	3,09%	1466	488,67
TOTAL	97	100%	2867	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

Teniendo en cuenta que según los datos de la encuesta de población activa para el segundo trimestre del año 2018 el número de trabajadores ocupados en actividades de la industria turística era de 2.993.673.

- ✚ Si 5.596 establecimientos suponen el 100% de los establecimientos del SICTED, 97 representan el 1,73%.
- ✚ Si el 1.73% de establecimientos tienen un total de 2.867 trabajadores, el 100% tendrían un total de 165.723 trabajadores.
- ✚ Si el número total de trabajadores ocupados en la industria del turismo es de 2.993.673, el total de trabajadores (2.867) de establecimientos distinguidos en el SICTED **representa un 5,65%**.

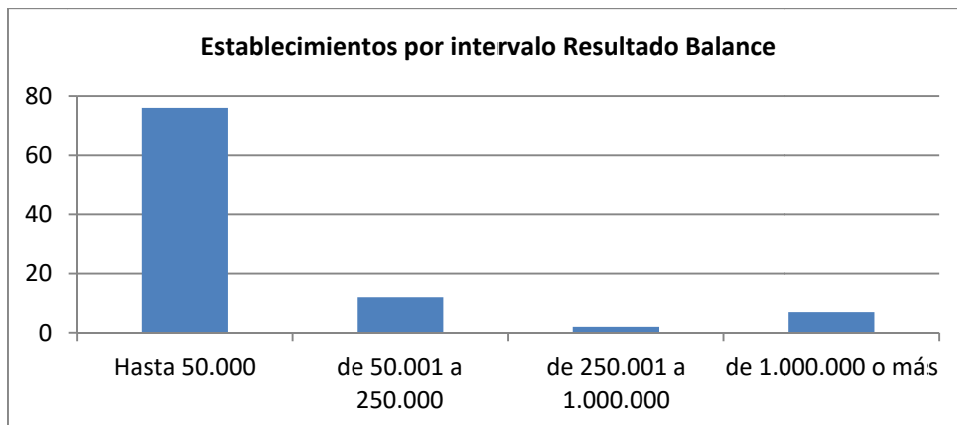


Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

B) Impacto económico.

	<i>Establecimientos por intervalo</i> <i>Resultado Balance</i>	<i>Porcentaje %</i>	<i>Total Balance</i>
Hasta 50.000	76	78,35%	-7.413.126€
de 50.001 a 250.000	12	12,37%	1.599.672€
de 250.001 a 1.000.000	2	2,06%	1.203.996€
de 1.000.000 o más	7	7,22%	64.895.925€
Total	97	100%	60.286.467€

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

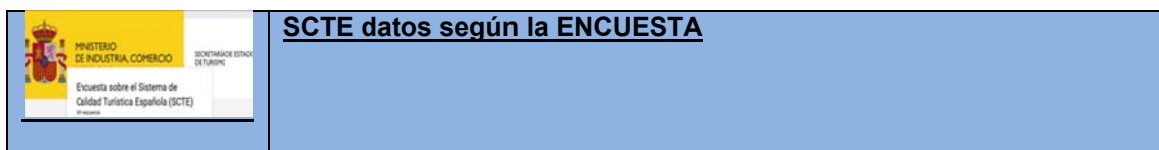


Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET



Teniendo en cuenta que según los datos Instituto Nacional de Estadística el gasto turístico en su conjunto para el año 2018 alcanzó los 89.856.000.000 euros

- ✚ Si 5.596 establecimientos suponen el 100% de los establecimientos, y 97 representan el 1,73%.
- ✚ Si el 1,73% de establecimientos tienen unos ingresos totales de 60.286.467€, el 100% tendrían un total de 3.484.766.879 de euros de ingresos.
- ✚ Si los ingresos totales en la industria del turismo representan 89.856.000.000 euros, el total de ingresos (3.484.766.879) de establecimientos adheridos o certificados en el SICTED representa un **3,88 % del total**.



Si analizamos el impacto socioeconómico del SCTE a partir de la **encuesta** realizada, teniendo en cuenta que la muestra ha sido la siguiente:

SICTED	
Muestra	642
Población total	7.201
% Representatividad de la Muestra sobre total	8,9%
Error Muestral	10%

Es decir, la encuesta ha sido respondida por 642 empresas, establecimientos, entidades públicas que están integradas y no integradas, adheridas, distinguidas, reconocidas en el SCTE en general sin distinguir el SCTE Sectores y el SICTED.

A) Impacto Laboral.

<i>Trabajadores</i>	<i>Empresas</i>	<i>Media trabajadores por empresa</i>	<i>Trabajadores totales</i>
A. De 0 a 1 empleado	116	1	116
B. De 2 a 9 empleados	217	5	1.085
C. De 10 a 49 empleados	176	30	5.280
D. De 50 a 249 empleados	91	150	13.650
E. 250 o más empleados	34	500	17.000
F. (NS/NC)	8		
Total general	642		37.131
Total empresas SCTE	7.201		416.480
Total trabajadores turismo			2.993.673
Porcentaje trabajadores SCTE			14%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la Encuesta

Según los datos extraídos del fichero Excel y de la encuesta los resultados son los siguientes:

- ✚ El total de trabajadores de establecimientos adheridos o certificados en el SCTE-Sectores representa un **7,64%**.
- ✚ El total de trabajadores de establecimientos distinguidos en el SICTED representa un **5,65%**.



- ✚ Si sumamos ambos sectores el total de trabajadores de establecimientos adheridos, certificados o distinguidos en el SCTE-Sectores + SICTED representa un **7,64 + 5,65 = 13,29%**.
- ✚ Sin embargo, según la encuesta el total de trabajadores en los establecimientos integrados o no integrados, certificados o distinguidos en el SCTE-Sectores + SICTED representa un **14%**.

B) Impacto Económico.

Rango de ingresos	Empresas	Media euros por empresa	Ingresos totales
A. Menos de 50.000 €	126	25000	3.150.000
B. De 50.001 € a 250.000 €	111	150000	16.650.000
C. De 250.000 € a 1.000.000 €	112	625000	70.000.000
D. Más de 1.000.000 €	152	2000000	304.000.000
Total general	501		393.800.000
Total empresas SCTE(*)	936*		735.722.155
(*) se excluyen AAPP, aprox un 13% del total			
Total ingresos anuales del turismo en España			89.856.000.000
Porcentaje SCTE sobre total			1%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados por la SET

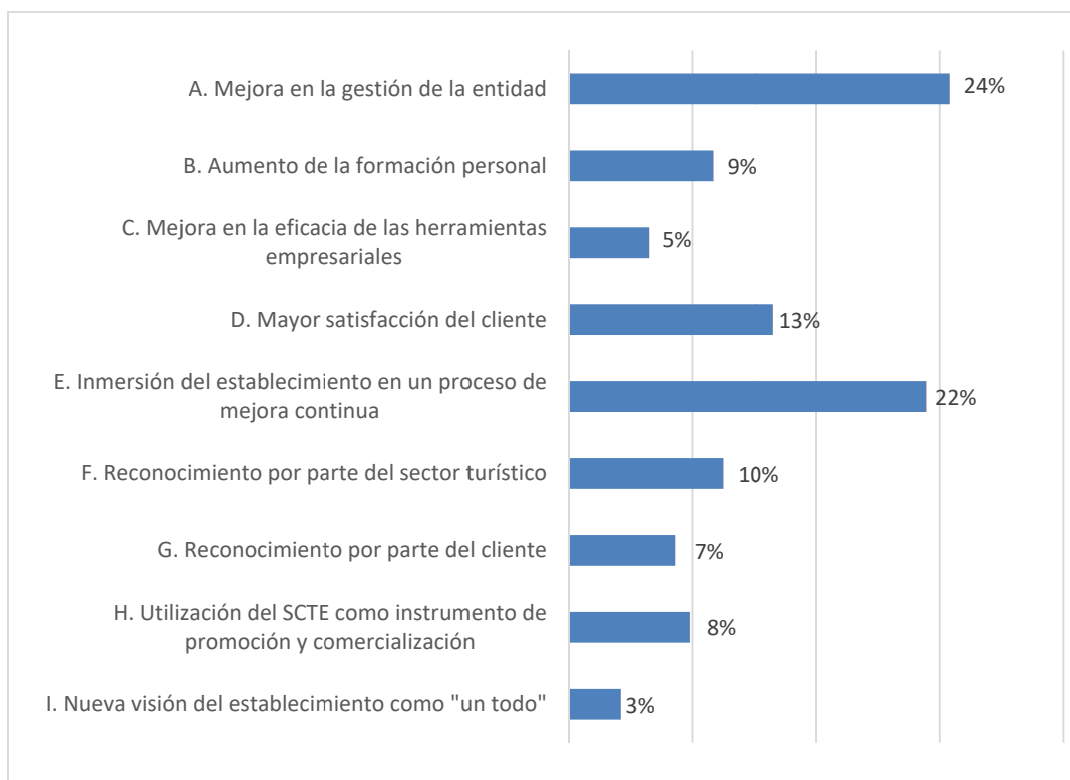
4.3.- Análisis de percepción de los usuarios del SCTE (Encuesta)

Finalmente, se analizan las preguntas de la encuesta relativas a la percepción de los usuarios del Sistema de Calidad Turístico español, es decir, las preguntas número 7, 8, 9 y 10.

- **Pregunta nº7: Si recomendase a otra empresa o entidad su participación en alguno de los sistemas de calidad turística, ¿Cuál sería el principal argumento a favor? (puede marcar hasta 3 respuestas):**

- Mejora en la gestión de la entidad, que se refleja en la excelencia del producto y la competitividad
- Aumento de la formación del personal, que redundaría en la motivación del mismo
- Mejora en la eficacia de las herramientas empresariales
- Mayor satisfacción del cliente
- Inmersión del establecimiento en un proceso de mejora continua
- Reconocimiento por parte del sector turístico
- Reconocimiento por parte del cliente
- Utilización del SCTE como instrumento de promoción y comercialización
- Nueva visión del establecimiento como "un todo"

Esta pregunta ha sido respondida por 625 encuestados. Teniendo en cuenta que cada uno de ellos ha seleccionado hasta 3 opciones, estos son los resultados que se han obtenido:



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados en la encuesta

Como puede observarse en el gráfico, la mayor parte de los encuestados que han contestado a esta pregunta recomendarían la participación en el Sistema de Calidad Turístico Español porque consideran que mejora la gestión de la entidad, reflejándose en la excelencia en el producto y en la competitividad, y porque a través del Sistema se produce la inmersión de los establecimientos en un proceso de mejora continua.

Si analizamos los resultados atendiendo al número de trabajadores de los establecimientos que han respondido a la pregunta, las recomendaciones serían las siguientes:

	0 a 1 trabajadores	2 a 9 trabajadores	10 a 49 trabajadores	50 a 249 trabajadores	Más de 250 trabajadores
A	21 %	23 %	26 %	24 %	22 %
B	8 %	11 %	8 %	9 %	9 %
C	5 %	5 %	5 %	5 %	7 %
D	10 %	13 %	14 %	13 %	17 %
E	21 %	23 %	21 %	23 %	26 %
F	10 %	10 %	9 %	9 %	7 %
G	8 %	5 %	7 %	8 %	4 %
H	12 %	7 %	6 %	6 %	4 %
I	6 %	3 %	3 %	2 %	4 %

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados en la encuesta

Como puede observarse en la tabla anterior, las opciones preferidas vuelven a ser la A y la E para todos los encuestados, es decir, la mejora de la gestión de la entidad y la inmersión en un proceso de mejora continua. Por tanto, el número de trabajadores no influye en las recomendaciones ni, por consiguiente, en las ventajas del Sistema apreciadas por los participantes.



- ***Pregunta nº8: ¿Considera que el SCTE (incluido Q y SICTED) son mejorables o inadecuados? Señale en qué aspectos.***

En este caso, se trata de una pregunta abierta en la que se han obtenido 281 respuestas de diferente índole. Por ello, se ha optado por analizar los resultados estableciendo 7 categorías bajo las cuales se engloban todas y cada una de las aportaciones realizadas por los encuestados.

Las categorías son las siguientes:

1. El SCTE es adecuado a sus fines

Se recogen aquí todas aquellas aportaciones que señalan la corrección del Sistema. Se destacan aspectos positivos como la mejora en la gestión o la adecuación a los objetivos planteados.

2. Mayor difusión del SCTE

Los encuestados manifiestan la necesidad de promocionar ya no solo la existencia del SCTE, sino también de los establecimientos certificados o distinguidos. Es necesario promover su reconocimiento por parte de los clientes, ya que en la mayor parte de los casos desconocen la existencia y el significado de estas distinciones. Como medios de promoción del SCTE, se recogen los medios de publicidad y las redes sociales.

3. Simplificación de los trámites administrativos

Esta categoría comprende aquellas aportaciones que señalan la necesidad de mejorar los trámites administrativos necesarios para la obtención tanto de la marca Q como del SICTED. En concreto, se indica que la metodología es demasiado compleja, existen demasiadas normas y demasiados procedimientos, lo que hace que la obtención de los certificados y distinciones se prolongue en el tiempo. Asimismo, se manifiesta la necesidad de reducir el uso del papel y de mejorar las herramientas de soporte.

4. Mejora de la formación

Según los encuestados, es necesario mejorar la formación, en concreto, el número de cursos que se ofrecen a lo largo del año. También resultaría conveniente que esta formación se adaptara a cada tipo de establecimiento, ya no solo en contenidos sino también en las fechas de celebración de los cursos.

5. Adaptación del SCTE a cada tipo de establecimiento

Ya que en el SCTE participan todo tipo de establecimientos y empresas, según los encuestados sería conveniente adaptar el Sistema a las necesidades de cada uno de ellos, teniendo en cuenta el tipo de empresa, su actividad y el tipo de cliente.

6. Actualización de los portales web y de las plataformas del SCTE

Según las aportaciones de los encuestados, las páginas web deberían mejorar en muchos aspectos. En concreto, se indica que estas páginas son poco intuitivas y por tanto complejas para quienes no tiene mucha experiencia en el uso de las nuevas tecnologías. Además, no se actualizan periódicamente.

Asimismo, en relación a la plataforma en la que los participantes del Sistema han de subir la documentación, los encuestados señalan que funciona de forma deficiente.

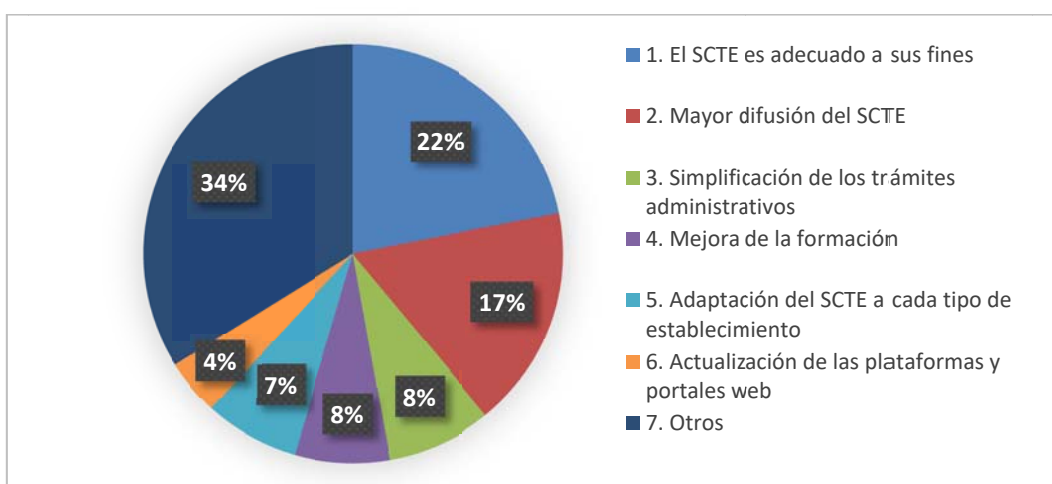


7. Otros

Se incluyen aquí todas aquellas aportaciones que no tiene cabida en las categorías anteriores y principalmente aquellas otras que indican que el SCTE es mejorable sin especificar en qué aspectos.

Entre otras aportaciones, se indica que sería conveniente unificar criterios en la obtención de los distintos certificados y distinciones e incluso simplificar el SCTE, de forma que existiese un único sello de calidad. Por otra parte, las empresas pequeñas señalan la conveniencia de que se les facilite programas informáticos de gestión y manifiestan que el precio de la marca Q es demasiado elevado.

Una vez definidas cada una de las categorías, se recogen los resultados obtenidos de la encuesta:



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados en la encuesta

Como se observa en el gráfico, un 34 % de los encuestados que han contestado a la pregunta se corresponden con la categoría 7, es decir, en su mayoría, han manifestado que el SCTE es mejorable pero no han especificado en qué aspectos.

Por otra parte, el 22 % de las respuestas se corresponden con la adecuación del SCTE a sus fines.

Asimismo, un 17 % de los encuestados que contestaron a esta pregunta manifiestan la necesidad de dar una mayor difusión al SCTE promoviendo así su reconocimiento.

Si analizamos estas aportaciones teniendo en cuenta el número de trabajadores de las empresas, los resultados serían los siguientes:

	0 a 1 trabajadores	2 a 9 trabajadores	10 a 49 trabajadores	50 a 249 trabajadores	Más de 250 trabajadores
1	13 %	22 %	12 %	35 %	38 %
2	17 %	17 %	11 %	22 %	15 %
3	6 %	7 %	6 %	14 %	8 %
4	0 %	12 %	9 %	0 %	0 %
5	13 %	5 %	9 %	3 %	0 %
6	9 %	4 %	5 %	0 %	0 %
7	43 %	32 %	48 %	27 %	38 %

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados en la encuesta



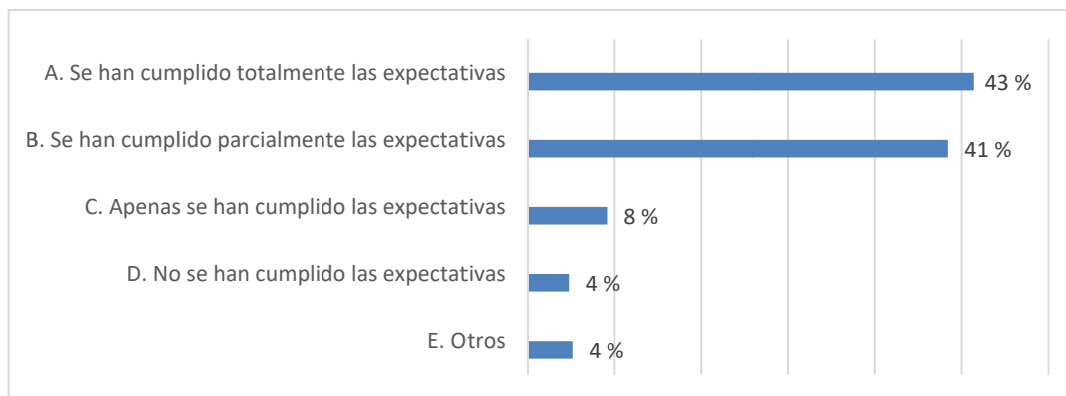
Se observa en esta tabla como los resultados desagregados por número de trabajadores es muy similar al análisis general, ya que las categorías preferidas no varían.

No obstante, se observa como un 38 % de las empresas con más de 250 trabajadores consideran que el SCTE es adecuado a sus fines, mientras que este porcentaje desciende notablemente en las empresas que cuentan con menos de 50 trabajadores.

➤ ***Pregunta nº9: ¿En qué medida se han cumplido sus expectativas en relación con el Certificado Q o el Distintivo del SICTED?***

- A. Se han cumplido totalmente las expectativas
- B. Se han cumplido parcialmente las expectativas
- C. Apenas se han cumplido las expectativas
- D. No se han cumplido las expectativas
- E. Otros

Esta pregunta ha sido respondida por 631 encuestados, obteniéndose los siguientes resultados:



Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados en la encuesta

Tal y como se observa en el gráfico, un 84 % de quienes respondieron a esta pregunta considera que se han cumplido total o parcialmente sus expectativas en relación a los distintivos de calidad, mientras que tan solo el 12 % considera que no se han cumplido o apenas se han cumplido.

El 4 % restante corresponde en su mayoría a aquellos encuestados que se encuentran inmersos en los procedimientos de obtención de las distinciones o bien acaban de obtenerlas y por tanto no pueden opinar al respecto.

➤ ***Pregunta nº10. Por último, ¿se encuentra certificado en algún otro Sistema de Gestión de Calidad?***

Antes de proceder al análisis de los resultados de dicha pregunta, debemos analizar que es un Sistema de Gestión de la Calidad, el cual podemos definir como una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios.



En general, el sistema de calidad está condicionado por:

- Organización con la que se cuenta.
- Tipo y naturaleza del producto o servicio.
- Medios materiales y humanos.
- Exigencias de mercado o clientes.

La pregunta ofrecía cuatro alternativas posibles; tres respuestas cerradas y una que permitía la introducción de texto libre.

En cuanto a las diferentes respuestas ofrecidas por los encuestados, algunos de ellos han señalado que cuentan con uno o varios de los siguientes sistemas de calidad:

EFQM: El Modelo EFQM (Modelo Europeo de Excelencia Empresarial) es un modelo de carácter no normativo que desarrolla el concepto de la Calidad Total y está orientado hacia la Excelencia. El objetivo es la evaluación del progreso de un Sistema de Gestión de una determinada organización, basándose en los criterios propios del Modelo. Una vez adquirido, la empresa recibirá el reconocimiento de las organizaciones públicas por la mejora continua de su gestión hacia la excelencia.

El mismo está compuesto por nueve criterios diferenciándose claramente dos partes: el grupo formado por los llamados "Agentes Facilitadores" que se refieren a lo que la hace organización y cómo lo hace, y el grupo "Resultados" que dan cuenta de los éxitos obtenidos por la organización respecto a todos los grupos de interés (clientes, trabajadores, sociedad, proveedores) y en relación al cumplimiento del plan estratégico.

ISO: La norma ISO 9001 es el modelo más utilizado en las relaciones cliente/proveedor nacionales e internacionales. Es el lenguaje universal en este tipo de intercambios en una multitud de sectores y tiene una especial importancia para las PYMES, ya que les permite demostrar su capacidad para cumplir con las necesidades de sus clientes.

Este modelo, cuyas primeras ediciones solo eran utilizadas por las grandes empresas industriales, ha ido evolucionando en sucesivas revisiones adaptándose a las necesidades de todo tipo de entidades, incluyendo PYMES y otras organizaciones y también ampliando su aplicación a la totalidad de sectores de actividad.

OHSAS: (Occupational Health and Safety Assessment Series) se refiere a una serie de especificaciones sobre la salud y seguridad en el trabajo materializadas por British Standards Institution (BSI) en la OHSAS 18001 y OHSAS 18002.

EMAS: (Eco-Management and Audit Scheme, o Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría) es una normativa voluntaria de la Unión Europea que reconoce a aquellas organizaciones que han implantado un SGMA (Sistema de Gestión Medioambiental) y han adquirido un compromiso de mejora continua, verificado mediante auditorías independientes.

TRAVELIFE: es un sistema de certificación internacional de sostenibilidad para empresas turísticas. Dicho sistema tiene en cuenta 3 variables como son: el medio ambiental, la social y la económica.

Dicho proyecto está gestionado por ABTA, Association of British Travel Agents, y ANVR, la Asociación de Viajes de Holanda; contando al mismo tiempo con el apoyo de ECEAT-Projects, organización sin ánimo de lucro holandesa que promueve la sostenibilidad en el turismo.

CETS (Europarc): La Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos (CETS) es una iniciativa de la Federación EUROPARC que tiene como objetivo global promover el desarrollo del turismo en clave de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa. La CETS es un método y un compromiso voluntario para aplicar los



principios de turismo sostenible, orientando a los gestores de los espacios naturales protegidos y a las empresas para definir sus estrategias de forma participada.

El procedimiento tiene dos fases:

- Fase 1: Acreditación de espacios naturales protegidos.
- Fase 2: Adhesión de las empresas presentes en dichos espacio protegidos acreditados.

GALICIA CALIDADE: es una marca de garantía promovida por la Xunta de Galicia. Dicha marca se exhibe en multitud de productos locales, principalmente alimenticios, mediante un característico y publicitado logotipo con el fin de acreditar su calidad y promocionarlos fuera de Galicia. Para su concesión, se exige que el solicitante tenga implantado un sistema de gestión de calidad que evidencie el cumplimiento de los requisitos fijados en el Reglamento de la marca

RESTAURANTE ECOLÓGICO: Bajo dicha marca, encontramos un conjunto de sellos facilitados por diferentes entidades que pretenden facilitar al consumidor, aquellos establecimientos que ofrecen alimentos ecológicos, es decir, productos que previamente se encuentran certificados como “ecológicos”.

BIOSPHERE: se trata de una certificación turística otorgada por el Instituto de Turismo Responsable (ITR) que pretende trasladar al mundo del turismo el Desarrollo Sostenible a través de los 17 ODS y demás directrices y preceptos sobre el Desarrollo Sostenible promovidos por Naciones Unidas. Por otra parte, pretende hacer partícipes a todos los actores del turismo y el público en general y trasladar la importancia de mejorar la contribución del turismo a la sostenibilidad.

DEGUSTA JAEN CALIDAD: es una marca puesta en marcha por la Diputación Provincial para impulsar al sector agroalimentario de dicha provincia, poniendo en valor los productos de Jaén y acercándolos al consumidor.

VOLCÁNICA: es una marca promovida del Gobierno de Canarias para impulsar el consumo de los productos locales entre los turistas que visitan dichas islas.

ECOETIQUETA: Las eco-etiquetas son distintivos que nos ayudan a identificar aquellos productos, materiales o incluso servicios que han sido elaborados con prácticas que contribuyen al cuidado y la conservación del medioambiente.

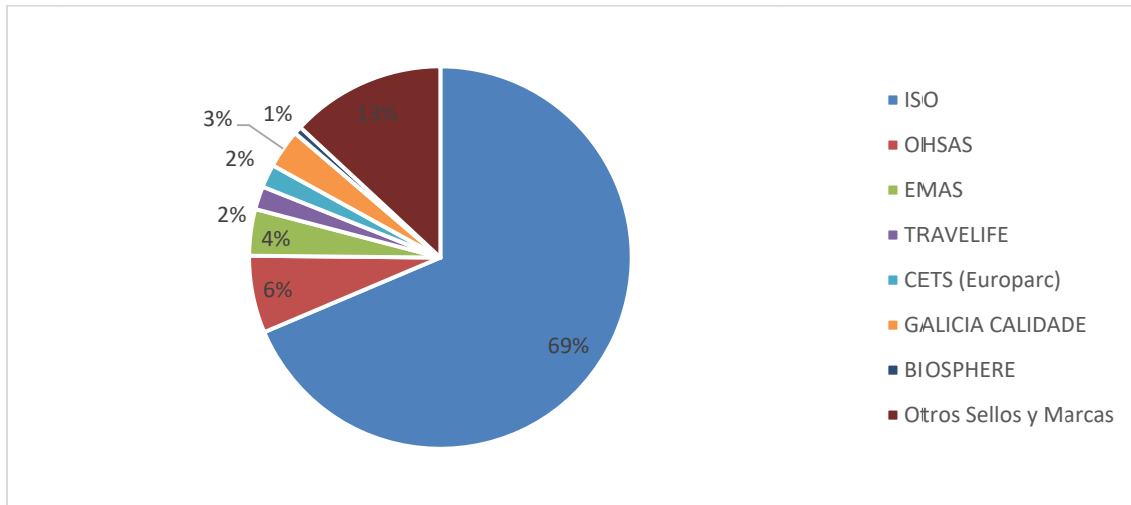
BANDERA AZUL: El Programa Bandera Azul para playas, puertos y empresas sostenibles de embarcaciones turísticas es desarrollado por la “Fundación para la Educación Ambiental (FEE)”, Organización No Gubernamental, internacional y sin ánimo de lucro, cuya rama y gestor de sus Programas en España es la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (ADEAC).

Los criterios para empresas sostenibles de embarcaciones turísticas están divididos en cinco categorías: gestión ambiental, información y educación ambiental, seguridad y servicios, responsabilidad social y actuación responsable con la naturaleza.

Hospitalidad de la Comunidad Valenciana-Embajadores de la Hospitalidad: se trata de un programa de formación impartida por la Generalitat a través de Turisme Comunitat Valenciana a todas aquellas personas que se encuentran trabajando en un establecimiento turístico de la Comunidad Valenciana.



Dicha pregunta fue respondida válidamente por 158 encuestados, con la siguiente distribución:



Como puede observarse, más de la mitad de las personas que respondieron dicho apartado cuenta con un sistema de gestión de la calidad basado en una ISO. Dicho porcentaje, del 69%, es seguido por aquellos establecimientos que cuentan con un sistema basado en OHSAS.

El resto de establecimientos cuentan con otros sistemas de calidad, así como sellos y marcas que pretenden garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por dichos establecimientos.

Analizando los datos **en función del número de trabajadores** de cada establecimiento, se observa que los de menor tamaño (entre 1 – 9 trabajadores) son los que cuentan con menos sistemas de calidad, frente a las medianas y grandes empresas que participan, según van aumentando de tamaño, en más sistemas de calidad.

Teniendo en cuenta la **actividad principal de la entidad**, se observa que aquellos establecimientos con la actividad de “alojamiento”, son los que participan en más sistemas de calidad, seguidos de los dedicados al “ocio”, “transportes” y “restauración”.

Y por último, si hacemos un análisis desde un **punto de vista territorial**, entre las respuestas obtenidas, las Comunidades Autónomas que cuentan con mayor número de establecimientos que participan en los sistemas de calidad, son las de Valencia y Andalucía, seguidas de Canarias e Islas Baleares.



5.- Propuestas de mejora

Del análisis de los resultados de la evaluación del SCTE se pueden extraer las siguientes conclusiones y propuestas de mejora:

a) En relación con el gestión de la información el SCTE

Si queremos mejorar el SCTE debemos medir o dicho de otra forma, lo que no se puede medir no se puede gestionar de una forma eficiente. Sin embargo, las bases de datos que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo dispone del SCTE son mejorables, ofrecen información general y si alguna entidad participa en el sistema pero su consulta es rudimentaria. Se precisan varias operaciones manuales para obtener resultados.

Por ello, se propone el diseño de una base de datos en una plataforma *on line* que aglutine a todas las entidades que participen en el SCTE, de tal forma que cuando una entidad o empresa proceda a darse de alta *on line* en el sistema sea necesario rellenar unos campos obligatorios, como: CIF-NIF, tipo de entidad, número de trabajadores, facturación anual, actividad económica principal, debiendo actualizarlos al menos anualmente mientras la entidad mantiene su adhesión al sistema. Así, mientras esté adherido se le enviará periódicamente un enlace a la plataforma *on line* para que actualice sus datos.

Por otro lado, la base de datos debe ser diseñada de tal forma que permita extraer informes detallados del número de entidades que están adheridas, certificadas o reconocidas, desde qué fecha, cuál ha sido la evolución de su facturación o del número de trabajadores contratados durante el tiempo en que la entidad ha participado en el SCTE y poder analizar en qué medida la introducción de mejoras derivadas del reconocimiento o certificación ha favorecido la percepción favorable del ciudadano de la entidad analizada.

A su vez, como complemento a la plataforma *on line* sería aconsejable una *app* para móvil que esté asociada a la base de datos arriba indicada, que pueda ser descargada por los clientes de las empresas que estén reconocidas o certificadas y a través de ella puedan contestar a una breve encuesta que sea reportada a la base de datos del Ministerio y a la propia empresa, lo que permitirá a la empresa una mejora continua y al Ministerio una variable cualitativa de percepción del SCTE, con datos en tiempo real y a nivel de código postal.

En base a los principios de “Gobierno abierto” sería recomendable que esta base de datos se realice siguiendo las indicaciones del “Open Data” y el software sea libre y puesto a disposición de otros países o empresas que quieran exportar nuestro modelo y permita, a su vez, la reutilización de la información de forma gratuita, lo que facilitaría (el Big Data) la creación de empresas y la formación de personas especialistas en el tratamiento y análisis de la información turística.

b) En relación con la extensión y el profundización del SCTE

En este sentido, del análisis de la encuesta se extrae que una de las demandas mayoritarias de los encuestados ha sido la necesidad de unificar los diversos sistemas de reconocimiento del SCTE. En la actualidad existen:

- El SCTE-Sectores
- El SCTE-Destinos

Y por otro lado se encuentra el proyecto Destinos Turísticos Inteligentes, que aunque no forma parte del SCTE en sentido estricto es otro sistema de reconocimiento de la calidad turística.



Esta dispersión de sistemas de reconocimiento tiene varios inconvenientes:

1. Genera confusión y resulta difícil de explicar a las empresas y entidades que desean adherirse en el SCTE.
2. Genera mayor burocracia en la adhesión y reconocimiento
3. No otorga confianza al cliente al desconocer la implicación que conlleva su reconocimiento. Este desconocimiento del sistema provoca que ni el cliente ni los buscadores de destinos analicen si el hotel, restaurante o establecimiento en general tiene o no reconocido o certificado alguno de los distintivos del SCTE.

Esto provoca que la entidad que pretende adherirse al sistema se planteé la conveniencia de solicitar su adhesión al SCTE.

Por todo ello, se propone unificar los diferentes sistemas de reconocimiento de calidad turística en un único distintivo de calidad que fuera un referente para el turista a la hora de elegir destino.

Además, se propone que dicho distintivo único tenga un claro compromiso con la sostenibilidad. En este caso, habría que definir, para cada sector económico, qué se entiende por sostenibilidad y establecer unos indicadores de medición.

Por otro lado, es necesario que el procedimiento de adhesión sea lo menos burocrático posible, reduciendo al máximo los trámites a realizar, debiendo hacerse on line y el reconocimiento se realice con unos indicadores que realmente midan el concepto de sostenibilidad que previamente se ha definido para cada sector y esto pueda realizarse de la forma más sencilla posible. A su vez, es necesario que esta sencillez en la adhesión y reconocimiento no implique en absoluto la falta de rigor necesario para que el otorgamiento del distintivo de calidad turística no acabe siendo un coladero donde cualquier empresa o entidad puede obtenerlo, pues de esta forma el sistema dejaría de tener sentido.

c) En relación con el impacto socio-económico del SCTE

Como hemos indicado uno de los principales problemas del SCTE es la ausencia de una base de datos que permita evaluar con precisión el impacto socio-económico. Por ello, únicamente podemos hacer un análisis de empresas adheridas, reconocidas o certificadas y su evolución en el tiempo pero, en ningún caso, qué impacto ha tenido la política del SCTE sobre el empleo o sobre la facturación de las empresas certificadas o reconocidas.

Así pues, podemos concluir que desde 2014 se observa que el número de altas en el SCTE presenta una leve tendencia al alza, sin embargo, el número de bajas es mayor, lo que produce un crecimiento negativo del sistema que pone en peligro el mantenimiento del mismo.

Del análisis de la encuesta podemos deducir que uno de los principales motivos de esta tendencia a la baja es que las empresas no detectan ninguna relación causa efecto entre el reconocimiento o certificación del SCTE y una mejora en sus resultados, sino una mayor carga burocrática.

Por ello, se propone una mayor promoción del SCTE, de tal forma que los buscadores de internet y los propios clientes valoren positivamente el hecho de que una determinada empresa o entidad tenga reconocido el distintivo de calidad turística. Distintivo que como hemos indicado debería tener una marcado enfoque sostenible.

Los clientes al rellenar su encuesta de satisfacción a través de la *app* indicada podrían valorar si la empresa está cumpliendo o no los estándares de sostenibilidad mínimos que se exigen a una empresa certificada.



d) En relación con la percepción de los usuarios del SCTE

Según los datos de la encuesta, cuando se les ha preguntado a los usuarios del SCTE ¿En qué medida se han cumplido sus expectativas en relación con el Certificado Q o el Distintivo del SICTED? las respuestas han sido las siguientes

- ✚ Para un 43% de los encuestados, se han cumplido totalmente las expectativas
- ✚ Para un 40,7% se han cumplido parcialmente las expectativas
- ✚ Para un 7,4% apenas se han cumplido las expectativas
- ✚ Para un 4,4% no se han cumplido las expectativas
- ✚ Y un 4,5% no sabe no contesta.

Es decir, que casi un 84% de los encuestados manifiestan que sus expectativas con respecto al SCTE se han cumplido.

Cualquier organización que implanta un sistema de calidad, inmediatamente mejoran sus procesos, sus instalaciones y en general el servicio que presta al cliente. Por tanto, es evidente que las medidas implantadas por las empresas o entidades adheridas han mejorado la calidad del servicio que prestan y por tanto sus expectativas con el SCTE se han cumplido.

Sin embargo, esto contrasta con las opiniones manifestadas en la encuesta cuando se les pregunta ¿Considera que el SCTE (incluido Q y SICTED) son mejorables o inadecuados? Señale en qué aspectos.

Y como hemos indicado una de las principales críticas al sistema es la falta de promoción del mismo. Todos sabemos lo que supone y en qué se traduce una Estrella Michelin en un restaurante, gracias a la promoción que se le ha dado a esta marca o distintivo, pero la inmensa población desconoce que implica el distintivo de SICTED.

Por ello, podemos concluir que a pesar de que el SCTE es un sistema que mejora la calidad del servicio que prestan las empresas o entidades certificadas es un sistema cuyo reconocimiento debe ser promocionado adecuadamente, de tal forma que el distintivo de calidad turística sea realmente un **valor añadido** para aquellas empresas o entidades que lo tengan reconocido.



Anexos

Formulario de la encuesta

Encuesta.

Con fecha 22 de abril de 2019, desde la Secretaría de Estado de Turismo, se remitió una encuesta a un total de 6047 entidades (empresas, administraciones y otras entidades) y servicios turísticos participantes del Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE): SCTE-Sectores (Marca Q de Calidad Turística) y SCTE-Destinos SICTED (Marca Compromiso de Calidad Turística). A los efectos de dicha encuesta, un servicio turístico prestado por una Administración Pública participante se engloba en el término "entidad" por simplicidad.

El propósito de dicha encuesta es la recogida de información de los participantes para la elaboración de un informe estadístico sobre el impacto socioeconómico (volumen de negocio y empleo) de los participantes en el SCTE.

La misma contiene sólo 10 preguntas y el tiempo máximo para rellenarla se estima en 5 minutos. Además, la participación es opcional y no se solicitan ni procesan datos personales.

Contenido:

Buenos días, esta es una encuesta on-line dirigida a las entidades (empresas, administraciones y otras entidades) y servicios turísticos participantes del Sistema de Calidad Turística Española (SCTE): SCTE-Sectores (Marca Q de Calidad Turística) y SCTE-Destinos SICTED (Marca Compromiso de Calidad Turística). A los efectos de esta encuesta, un servicio turístico prestado por una AAPP participante se engloba en el término "entidad" por simplicidad.

Esta encuesta está realizada por la Secretaría de Estado de Turismo.

El propósito de la encuesta es la recogida de información de los participantes para la elaboración de un informe estadístico sobre el impacto socioeconómico (volumen de negocio y empleo) de los participantes en el SCTE. Con los resultados agregados se realizará un estudio de impacto socioeconómico del SCTE que podrá ser publicado posteriormente.

Los resultados agregados de la encuesta serán distribuidos a las entidades que forman parte del SCTE.

La encuesta tiene sólo 10 preguntas y el tiempo máximo para rellenarla se estima en 5 minutos.

La participación es opcional. No se solicitan ni procesan datos de carácter personal.

Os animamos a participar para obtener la máxima información posible, ya que esto mejorará la calidad de los resultados.

¡Gracias por colaborar!

NOTA: Fecha límite para contestar 30 de abril de 2019.

ENLACE:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSehQwB_fHGqpJvi0YPnrDMPsmz2vxp3RloTXRRLhvd5tCHyMw/viewform



1. ¿Cuál es la forma jurídica de su entidad? *

- A. Empresario individual (autónomo)
- B. Sociedad Anónima
- C. Sociedad de Responsabilidad Limitada
- D. Comunidad de bienes
- E. Corporación Local
- F. Otras

2. ¿Cuál es la actividad principal de su entidad? *

- A. Alojamiento
- B. Transporte
- C. Agencias de Viajes y Turoperadores
- D. Alquiler de vehículos
- E. Restauración
- F. Ocio
- G. Administración Pública
- Otro:

3. ¿En qué comunidad autónoma se encuentra su domicilio social? *

- A. Andalucía
- B. Canarias
- C. Cantabria
- D. Cataluña
- E. Galicia
- F. Illes Balears
- G. La Rioja
- H. Navarra
- I. País Vasco
- J. Aragón
- K. Castilla-La Mancha
- L. Castilla y León
- M. Comunitat Valenciana
- N. Extremadura
- O. Comunidad de Madrid
- P. Región de Murcia
- Q. Asturias
- R. Ciudad Autónoma de Ceuta
- S. Ciudad Autónoma de Melilla
(NS/NC)

4. ¿Cuál es el número de empleados de su establecimiento? *

- A. Menos de 10 empleados
- B. De 10 a 49 empleados
- C. De 50 a 249 empleados
- D. 250 o más empleados
- NS/NC

5. Importe total de las ventas o facturación anual de su establecimiento *

- A. Menos de 50.000 €
- B. De 50.001 € a 250.000 €
- C. De 250.000 € a 1.000.000 €
- D. Más de 1.000.000 €
- E. NS/NC



6. En relación al Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE), su entidad se encuentra (señale, en su caso, varias opciones):

- A. Certificada con el sello Q de calidad
- C. Distinguida con el "Compromiso de Calidad Turística"
- B. Adherida, pero no Distinguida en SICTED
- D. Actualmente no participa del SCTE aunque sí ha participado
- E. Nunca ha participado en el SCTE

7. Si recomendase a otra empresa o entidad su participación en alguno de los sistemas de calidad turística, ¿Cuál sería el principal argumento a favor? (puede marcar hasta 3 respuestas):

- A. Mejora en la gestión de la entidad, que se refleja en la excelencia del producto y la competitividad
- B. Aumento de la formación del personal, que redundaría en la motivación del mismo
- C. Mejora en la eficacia de las herramientas empresariales
- D. Mayor satisfacción del cliente
- E. Inmersión del establecimiento en un proceso de mejora continua
- F. Reconocimiento por parte del sector turístico y del cliente
- G. Utilización del SCTE como instrumento de promoción y comercialización
- H. Nueva visión del establecimiento como "un todo"

8. ¿Considera que el SCTE (incluido Q y SICTED) son mejorables o inadecuados? Señale en qué aspectos.

Tu respuesta

9. ¿En qué medida se han cumplido sus expectativas en relación con el Certificado Q o el Distintivo del SICTED?

- A. Se han cumplido totalmente las expectativas
 - B. Se han cumplido parcialmente las expectativas
 - C. Apenas se han cumplido las expectativas
 - D. No se han cumplido las expectativas
- Otro:

10. Por último, ¿se encuentra certificado en algún otro Sistema de Gestión de Calidad?

- A. EFQM
 - B. ISO
 - C. OHSAS
- Otro:



Análisis de la labor de equipo

A. EXPERIENCIAS Y APRENDIZAJES INDIVIDUALES

Se recoge a continuación la experiencia y aprendizaje individual de cada miembro del equipo.

1. Dado que cada uno de los miembros del grupo trabaja en diferentes áreas de la Administración, ha sido muy enriquecedor trabajar en equipo ya que hemos tenido oportunidad de compartir los distintos puntos de vista en relación a las tareas que hemos ido desarrollando. Además, en mi puesto de trabajo actual, el desarrollo de las tareas se realiza de forma individual, por lo que he podido conocer las ventajas de trabajar en equipo, ventajas tales como el consenso en la adopción de decisiones y la reducción del estrés.
2. Trabajar en equipo me ha enseñado a ser más tolerante y a saber escuchar mejor de como lo hacía hasta el momento. También he aprendido que es muy importante debatir previamente las decisiones a adoptar ya que puede resultar muy positivo, no solo para alcanzar el objetivo propuesto sino también para el aprendizaje de uno mismo. En definitiva, ha sido una experiencia muy satisfactoria.
3. Trabajar con este equipo me ha aportado experiencias muy positivas. He podido comprobar la capacidad de resolver rápidamente cuestiones que se nos han ido planteando si existe voluntad por parte de cada uno de los miembros. Para ello es necesario que el grupo esté cohesionado, de forma que los intereses individuales de cada uno se proyecten en el conjunto del equipo. Por tanto, el mayor aprendizaje que me llevo es que para conseguir una adecuada cohesión es fundamental la actitud de los miembros del grupo.
4. Como miembro de este grupo de trabajo me siento muy reconocida por mis compañeros. Al tratarse de un equipo con un número reducido de participantes, he aportado y participado debidamente en el desarrollo de este proyecto. Además, he podido comprobar que manteniendo unas vías de comunicación abiertas se potencia la integración y la aportación creativa de los miembros, pudiendo expresar con naturalidad mis ideas, opiniones y desacuerdos. Ello me ha permitido trabajar de una manera cómoda y eficaz.
5. Como principal aspecto a destacar en el desarrollo de este proyecto, me he llevado una grata sensación ya que el trabajo en equipo se ha basado en la colaboración, confianza y ayuda mutua, lo que nos ha permitido alcanzar el funcionamiento óptimo. Mi principal aprendizaje es la necesidad de que exista un ambiente propicio que permita una actitud positiva frente a cualquier circunstancia que pueda suponer un conflicto.

B. EXPERIENCIAS Y APRENDIZAJES COMO EQUIPO

Uno de los aspectos más positivos del trabajo en equipo ha sido el conocer y aprender las distintas habilidades de cada uno de los miembros, todos ellos con perfiles muy diferentes debido a la experiencia laboral en distintos ámbitos de la Administración.

Ha sido una experiencia muy enriquecedora en la que hemos aprendido a tomar decisiones de forma consensuada, valorando cada una de las opiniones manifestadas.

C. ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN INTERNA DEL EQUIPO

Dada la falta de claridad de los objetivos, desde un primer momento hemos optado por un liderazgo compartido, de forma que las decisiones se han tomado siempre de forma consensuada debatiendo previamente las posibles alternativas en cada situación.

Hemos compartido la responsabilidad del funcionamiento y dirección del equipo, adaptando flexiblemente las funciones necesarias para que éste sea operativo.



La comunicación ha sido abierta y sincera, valorándose positivamente las diferencias de opinión. En todo momento ha existido sensación de cohesión y de compromiso mutuo, con una gran confianza en alcanzar el objetivo.

D. RETOS SUPERADOS, FORTALEZAS Y ASPECTOS DE MEJORA

El principal reto de nuestro equipo ha sido establecer las prioridades de actuación, en un sector desconocido para cada uno de los miembros.

Otro de los retos ha sido analizar los resultados de la encuesta, teniendo en cuenta el amplio alcance de la misma, al haber participado **642** empresas, y el poco tiempo del que se disponía debido a que el plazo para rellenar la misma finalizaba el 30 de abril.

En cuanto a las fortalezas de nuestro equipo, cabe destacar la gran capacidad de adaptación de todos los miembros, lo que ha permitido variar las tareas y funciones a medida que ha sido necesario.

Por otra parte, el conocimiento previo entre los distintos miembros del grupo ha permitido utilizar los puntos fuertes de cada uno de ellos. Incluso en situaciones de estrés hemos sido capaces de superar las dificultades que se han ido presentando, permitiendo experimentar la sensación de que el tiempo y el esfuerzo han sido bien empleados.

En relación con los aspectos de mejora, si bien el liderazgo compartido nos ha aportado muchas ventajas, en ocasiones hubiera sido necesario designar un responsable para definir los cometidos de cada miembro ante situaciones imprevistas.

En Madrid, a 7 de mayo de 2019