

# Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Septiembre 2010

## El ICTE organizará el I Congreso Internacional de Calidad Turística

El Instituto para la Calidad Turística Española organizará los próximos 20, 21 y 22 de Octubre, el I Congreso Internacional de Calidad Turística en la ciudad de Santander.

El ICTE celebra durante 2010, los 10 años de la fusión de antiguos institutos de calidad en el sector turístico, que dieron paso a la creación el 14 de Abril del año 2000 del Instituto para la Calidad Turística Española, entidad que engloba actualmente a 12 asociaciones nacionales, al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a la FEMP y a las CCAA.

Recientemente, se han cumplido también diez años desde que los primeros establecimientos del sector consiguieran las primeras certificaciones con la "Q de Calidad Turística" y el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), como organismo certificador de la Marca "Q" y gestor del Sistema de Calidad Turística Española (SCTE) en Sectores, ha creído conveniente organizar el I Congreso Internacional de Calidad Turística para po-



Cartel del Congreso.



Sede del Congreso en Santander.

ner en común las experiencias, nacionales e internacionales, y las expectativas de futuro de un sistema plenamente consolidado.

Más de dos mil quinientos establecimientos certificados en España con la Marca "Q", una veintena de

Normas públicas de calidad sectoriales certificadas por el ICTE, siete grupos de trabajo internacionales, en el seno de ISO, liderados o en cuyo desarrollo trabaja activamente España a través del instituto, un consenso unánime de todas las ad-

ministraciones, tanto central como autonómicas y locales, en torno a la "Q", como elemento diferenciador y riguroso para la Calidad de los servicios turísticos españoles. Todo ello nos ha permitido impulsar la celebración de este I

Congreso Internacional de Calidad Turística, que está dirigido a profesionales turísticos, tanto desde el punto de vista empresarial como desde las administraciones; nacionales, autonómicas y locales.

### El ICTE renueva su página web

El Instituto moderniza su página web [www.ictes.es](http://www.ictes.es) para convertirla así en un portal práctico y adaptado a las nuevas tecnologías.

Entre las mejoras del nuevo diseño, destaca un práctico menú lateral que permite al usuario navegar y acceder a todas las secciones de manera sencilla, así como accesos directos y estáticos en todo el mapa web, para acceder a los demás portales de los que dispone el Instituto, como son [www.calidadturistica.es](http://www.calidadturistica.es), [www.calidadturistica.org](http://www.calidadturistica.org) o [www.calidadturistica.hoy.es](http://www.calidadturistica.hoy.es). Este último portal ofrece al usuario información acerca de las noticias más importantes de la actividad del Instituto.

ICTE.es se presenta como el punto de partida a todo el Sistema de Calidad, ya que ofrece al usuario la información básica del Sistema, así como sus integrantes, colaboradores o las preguntas frecuentes acerca del mismo

Inicio | Contacto | Preguntas frecuentes | Mapa Web | Intranet

### ICTE

Instituto para la Calidad Turística Española

- EL ICTE
- LA MARCA Q
- MARCO DEL SISTEMA
- COLABORADORES
- EMPRESAS Y DELEGACIONES
- BOLETÍN

### Inicio

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), es una entidad de Certificación de Sistemas de Calidad especialmente creados para empresas turísticas. Es un organismo español, privado, independiente, sin ánimo de lucro y reconocido en todo el ámbito nacional.

El ICTE promueve en todos sus sistemas, metodologías de acceso a la información de alta usabilidad contemplando estándares web. Con nuestra política de accesibilidad tenemos la intención de hacer de nuestro sitio un espacio para todos.

### Calidad turística hoy

Visita nuestro portal [www.calidadturistica.hoy.es](http://www.calidadturistica.hoy.es) para estar informado sobre la actualidad en normativa de calidad y la evolución de la marca Q.

- Catálogo de Productos "Q"
- Curso Palacios de Congresos en Valencia

Accede a la intranet

Toda la información para la implantación y certificación del modelo de Sistema de Calidad Turística Española.

[www.calidadturistica.es](http://www.calidadturistica.es)

# El 38% de los viajeros conocen la "Q" de Calidad Turística

## Así lo refleja la última encuesta semestral realizada sobre Calidad Percibida

El Instituto para la Calidad Turística Española -ICTE- comenzó la realización de esta encuesta sobre Calidad Percibida a finales de 2007, teniendo previsto realizar anualmente 2 oleadas: La primera recogiendo las opiniones de los viajeros que han hecho sus viajes durante el primer semestre del año, y otra en otoño-invierno, incluyendo viajeros que hayan viajado en cualquier momento del año. La encuesta nos permite ir conociendo la opinión de los viajeros españoles sobre nuestros diferentes productos turísticos, así como sus costumbres de viaje, la forma en la que han elegido su destino, como han contratado sus vacaciones o qué conocimiento tienen de la Marca "Q" Calidad Turística.

La Calidad Percibida es uno de los ejes fundamentales de actuación del Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Este programa, que fue aprobado durante la anterior legislatura, contó con el apoyo tanto de la administración central, como de las Comunidades Autónomas y el sector empresarial.

Por un acuerdo establecido entre el ICTE y la Secretaría de Estado de Turismo (SET), será el Instituto quien realice la encuesta entre los viajeros españoles que disfruten de destinos nacionales, y la SET, a través del Instituto de Estudios Turísticos (IET), quien se encargue de realizar la encuesta entre los turistas extranjeros que visiten nuestro país.

El análisis de estas informaciones muestra a los diferentes agentes orientar su política turística, o sus acciones de promoción, ya que los datos nos dan a conocer mucho mejor la visión de los clientes sobre nuestro producto turístico, así como de sus costumbres, o lo que echan en falta en los diferentes destinos turísticos.

La encuesta está realizada de forma que permite la obtención cruzada de información, así como segmentar la misma por CCAA, lo que da como resultado 31.486 gráficos diferentes.

El ICTE viene haciendo públicos regularmente los resultados de estas encuestas para el conocimiento de los diferentes agentes turísticos, de los medios de comunicación y del público en general.

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

#### ¿A dónde viajó?

Disminuyen en casi 12 puntos los viajes al extranjero, de 25,80% en el primer semestre de 2009 a 13,90% en esta oleada de 2010.

¿A dónde viajó dentro de España?

Como destinos españoles, Andalucía y la Comunidad Valenciana se mantienen en primer y segundo lugar respectivamente, habiendo aumentado Andalucía en torno a tres puntos respecto al primer semestre del 2009, y la Comunidad Valenciana en un punto. Cataluña por su parte, se mantiene en tercer lugar, habiendo descendido en más de un punto respecto

al año anterior. Es destacable el aumento de Galicia, que se sitúa en el cuarto lugar, con un 7%, frente al 3,50% del año 2009.

En general, todas las Comunidades Autónomas han aumentado en cuanto a destinos turísticos, excepto Cataluña, Aragón y Murcia que han descendido sensiblemente.

#### ¿Cómo viaja usted?

La forma de viajar continúa estabilizada, siendo "en pareja" la forma más habitual de viaje, hasta alcanzar el 43,44%, frente al 41,78% anterior.

¿Especifique el número de personas? Cuando se viaja en familia el número de personas del grupo aumenta, siendo el de 4 personas los más habituales, con un 39,06%, seguido el de 3 personas, con un 27,61%.

#### ¿Cuánto tiempo estuvo?

Los viajes de fin de semana y puentes, junto con los de "8 a 15" días siguen siendo las estancias más frecuentes entre los viajeros, aunque estos últimos descienden un 1,43% respecto al año pasado, siguiendo la tendencia de los últimos dos años. Por el contrario los viajes de "una semana" ascienden en torno a 3 puntos respecto al año anterior.

#### Tipología del destino

Las costas españolas siguen siendo el destino preferido por los españoles, pese haber disminuido en un 4,21% su presencia frente al año anterior. Los destinos Cultural - Ciudades y el Turismo Rural han sido los que han crecido más significativamente, con un aumento de más de cuatro puntos el destino de Cultural-Ciudades y un punto y medio el destino de Turismo Rural. De esta forma los destinos Cultural - Ciudades y Turismo Rural continúan ocupando la segunda y tercera posición respectivamente.

#### Su lugar de destino lo eligió por:

Las Agencias de Viaje siguen siendo la principal forma de contratación de los viajes de los españoles, aunque descienden ligeramente, un 0,71% respecto a 2009.

Internet crece en torno a 2 puntos, manteniéndose como la segunda opción en la contratación del viaje. La evolución de las tendencias en los cambios de la forma de contratación, aparecen claramente reflejadas en esta encuesta.

#### ¿Cómo contrató finalmente su viaje?

La contratación de forma indirecta continúa siendo la vía preferida de contratación final. No obstante las tendencias parecen estar cambiando, tal y como se muestra en el evolutivo de las tres oleadas, en las que se ve claramente cómo la forma directa va comiendo terreno en detrimento de la indirecta, situándose ya en torno a un 43% frente al 57% de la indirecta.

¿Participa usted en algún blog o red social de opinión turística en Internet?

El aumento de viajeros que participan en este tipo de foros ha au-

mentado significativamente respecto a la oleada anterior. Del 9,84% que participaba en la primera oleada de 2009, se ha pasado a un 25,32% de participación, algo que se ha visto potenciado en este último año por la proliferación de portales de estas características y de terminales móviles con acceso a Internet, sobre los que se han desarrollado plataformas específicas de uso directo.

#### ¿Qué razón fue determinante a la hora de elegir el destino turístico?

Los viajes del IMSERSO continúan su crecimiento, ocupando ya el 1er. lugar. Del 16,67% que representaban en el primer semestre de 2008, han pasado a ocupar el 19,63%.

Las invitaciones de familiares y amigos disminuyen hasta alcanzar el 17,89% frente al 19,41% de 2009, situándose así en 2do. lugar. La belleza del destino continúa cayendo hasta el 13,12%, frente al 14,82% del año anterior. La oferta cultural es la que más ha crecido respecto al año anterior, con un 2,36% más. El resto de las motivaciones aparecen estabilizadas.

#### ¿Qué importancia le da a la oferta hotelera a la hora de elegir el destino turístico?

La oferta hotelera sigue siendo la variable más importante a la hora de elegir el destino turístico, ya que un 89,78% le dan mucha/muchísima importancia, frente al 88,38% de 2008 y 86,12% en 2009.

#### ¿Qué importancia le da al sol y playa a la hora de elegir el destino turístico?

El sol y la playa se mantienen como factor determinante, ya que el 58,31% le dan mucha/muchísima importancia, dato similar a los anteriores años.

#### ¿Qué importancia le da a la gastronomía a la hora de elegir el destino turístico?

La importancia de la gastronomía continúa también, siendo un factor al alza pese a su leve descenso. El 71% de los turistas le dan entre mucha y muchísima importancia. Los años anteriores sus porcentajes rondaban en torno a un 76%.

#### ¿Qué importancia le da a la cultura a la hora de elegir el destino turístico?

La cultura incrementa su importancia como factor clave a la hora de elegir destino turístico. El 74,80% de los encuestados le daban entre mucha y muchísima importancia en 2008 y el 71,16% el año pasado, ahora la cifra se sitúa en 75,14%.

#### ¿Qué importancia le da a la práctica de deportes a la hora de elegir el destino turístico?

Se mantiene la poca importancia que se le da a la práctica de deportes como motivo de viaje, un 71,20% no le da ningún valor.

#### ¿Qué importancia le da al paisaje y naturaleza a la hora de elegir el destino turístico?

El paisaje y naturaleza vuelven a retomar la importancia del año 2008 frente al año pasado, frente

al 73,45% que le daban entre mucha y muchísima importancia en 2009, y 82,27% en 2008, en esta oleada la cifra se sitúa en 76,66%.

#### ¿Qué medio de transporte empleó para llegar a su destino?

El coche particular, con un 50%, se mantiene como la principal forma de transporte en los viajes de los españoles.

El avión, en segunda posición, se mantiene en los datos del año pasado, con un 26%, pero sigue sin recuperar las cifras de 2008, que oscilaban en torno al 30%.

#### Tipo de alojamiento utilizado

Los hoteles de 4 y 5 estrellas recuperan el primer puesto en tipo de alojamiento utilizado. Del 29 y 28% de los años anteriores, pasan al 32,29%.

La casa particular vuelve a situarse en segundo lugar, retrocediendo tres puntos y medio hasta situarse en el 26%, frente al 29,51% del año anterior.

Los hoteles de 3 estrellas siguen descendiendo respecto a los años anteriores, pero se mantienen como tercera opción, con un 19,86%.

Los Alojamientos Rurales se incrementan en 3 puntos, situándose en el 7,20%, frente al 4,18% del año anterior.

El crecimiento de los hoteles de 4 y 5 estrellas en detrimento de la casa particular denota que los turistas prefieren viajar menos veces al año, pero eligiendo la modalidad de viaje de placer.

#### ¿Conoce la "Q" de Calidad?

La notoriedad de la Marca "Q" sigue creciendo. Del 25,30% que se registraba en 2008, hemos pasado a tener una notoriedad de en torno al 38% en este primer semestre de 2010.

Para el instituto es una satisfacción comprobar que la "Q" de Calidad es una marca introducida en el mercado español, con un nivel de conocimiento creciente.

#### ¿Alguno de los servicios utilizados contaban con la "Q" de Calidad Turística?

Entre las personas que recuerdan este dato, siguen predominando los establecimientos que cuentan con la certificación, situándose en un 25,24%, lo que sigue en concordancia con el crecimiento del conocimiento de la Marca.

#### ¿Cuál o cuales?

Los hoteles-balnearios, con un 52,32%, continúan siendo los servicios más reconocidos por el usuario. Lo mismo le pasa a los restaurantes, con un 19,77% este año. Los Alojamientos Rurales crecen también aquí, como servicio más reconocido, situándose en 3er. lugar, con un 11,63% frente al 4,88% del año anterior. Las Playas duplican su presencia, con un 8,14% frente al 4,8% del año anterior, mientras que las Agencias de Viaje lo hacen de manera sostenida, creciendo en un punto frente al año anterior.

Estas cifras están en consonancia con el crecimiento de los sectores certificados por el ICTE.

Valore del 1 al 10 la relación calidad-precio de su destino turístico

La relación calidad-precio, continúa teniendo una buena valoración, en el entorno del 80% con excelente/notable de la misma, con cifras muy similares al año anterior.

El gasto por persona y día en su destino turístico fue de:

Por segundo año consecutivo, vuelven a crecer las personas que han gastado entre 0-100€/persona y día en sus vacaciones, hasta alcanzar el 71,31%, frente al 68,33% de 2009 y el 66,02% de 2008. El resto de los tramos descienden todos ellos, lo que ratifica la tendencia al descenso en el nivel de gasto en los destinos turísticos.

Valore del 1 al 10 los siguientes aspectos: Alojamiento, Gastronomía, Ocio, Limpieza del entorno, Seguridad, Amabilidad y Acogida y Tranquilidad.

La valoración del alojamiento ocupa su mayor posición en las 3 oleadas registradas. Un 67,37% lo consideran entre notable y excelente, frente al 60,24% de 2009 y el 64,98% de 2008.

La gastronomía se mantiene entre excelente y notable valoración, y asciende 3,82% frente al año anterior por parte de los turistas.

Continúa mejorando la valoración de la oferta de ocio diurno.

La oferta de ocio nocturno se mantiene ligeramente al alza.

Se incrementa levemente la valoración sobre limpieza del entorno.

El aspecto de la seguridad se mantiene constante, con una excelente y notable valoración, en torno al 90%.

La Amabilidad y Acogida permanece muy bien valorada y estable, con un 93,61%.

Tranquilidad, también aparece estable y muy bien valorada, con un 89,40%.

¿Ha echado en falta algún servicio durante su estancia?

El 11,85% echaron en falta algún servicio, descendiendo un 2,44% respecto al año anterior.

¿Ha sufrido algún incidente durante su estancia?

Tan sólo el 3,14% sufrieron algún incidente, frente al 4,85% de 2009.

#### ¿Qué incidente sufrió?

Del 3,14% que sufrieron algún tipo de incidente, el 7,41% de ellos están relacionados con el transporte, disminuyéndose en más de 20 puntos respecto al año anterior.

También ha disminuido en casi un punto los incidentes por atraco o robo.

¿Ha tenido que presentar alguna reclamación?

Del 3,14% que sufrieron algún incidente, el 37,04% de ellos presentaron reclamación.

#### ¿Repetiría el destino elegido?

El 84,44% de los turistas repetirían el destino elegido, por lo que se mantiene muy estable el nivel de fidelización de los destinos turísticos, situándose de forma similar al año anterior.