

TEMA 3 – LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

PRÁCTICA 1:

Fuente: Bayón Mariné, F. y Martín Rojo, I. (2004): Operaciones y procesos de producción en el sector turístico. Ed. Síntesis.

En un banquete se retiran 5 platos de pescado por no estar bien fritos, cuyo coste de materia prima empleada asciende a 3 € cada plato. El camarero que atendía esta mesa pierde 15 minutos entre escuchar las quejas de los clientes y retirar los platos y explicárselo al cocinero, siendo el salario por hora del camarero de 8 €.

Por otro lado, el cocinero tarda 20 minutos en volver a preparar estos cinco platos, siendo su salario por hora de 9 €. Suponiendo que el precio del cubierto es de 40 €, siendo el margen de beneficio de la factura del 70% de los ingresos, calcula:

- a) Los costes tangibles de la no calidad.
- b) Los costes intangibles de la no calidad.

PRÁCTICA 2:

Fuente: Bayón Mariné, F. y Martín Rojo, I. (2004): Operaciones y procesos de producción en el sector turístico. Ed. Síntesis.

En relación al ejemplo anterior, calcular el coste de prevención de la calidad si se efectúan una serie de actuaciones para prevenir la no calidad, tales como:

- 1) Pasar 10.000 formularios a los clientes, con un coste cada uno de 0,05 €.
- 2) Coste del buzón de sugerencias donde se depositan los cuestionario: 50 € amortizables linealmente en sus 10 años de vida útil.
- 3) Adquirir un lector de datos que cuesta 100 € amortizables linealmente en 10 años.
- 4) La persona que tabula los datos tarda 15 minutos cada mes (su sueldo asciende a 6 €/hora) en esta tarea.
- 5) Se pierde cada mes media hora en explicar los fallos cometidos y/o sugerencias de los clientes a todo el personal compuesto por:
 - a. El jefe de cocina → con un salario de 12 €/hora
 - b. El cocinero → con un salario de 9 €/hora.

- c. El pinche → con un salario de 5 €/hora.
- d. El maître → con un salario de 10 €/hora
- e. Tres camareros → que cobran 8€/hora.
- f. El administrativo que se ocupa a su vez de tabular las encuestas y que ya dijimos que ganaba 6€/hora.

PRÁCTICA 3

El dueño de una casa rural ha decidido hacer unas encuestas a los clientes del último mes siguiendo las pautas del modelo SERVQUAL estándar con el fin de conocer los puntos fuertes y débiles de la casa. El cuestionario se ha pasado dos veces a los clientes. La primera vez en el momento de recibir las llaves, antes de que los clientes disfruten de los servicios, y la segunda, cuando los clientes devuelven las llaves, tras haber disfrutado de los servicios. En los cuestionarios se han utilizado escalas de opinión de 1 a 4 puntos, donde 1 representa el valor más bajo de calidad y 4, el más alto. Completa el siguiente cuadro y ayuda al propietario de casa a mejorar de la calidad del servicio que presta.

Dimensión	Ítem	Cliente A		P-E A	Cliente B		P-E B	Cliente C		P-E C	Cliente D		P-E D	Valoración Media
		Expect. (E)	Percep. (P)		Expect. (E)	Percep. (P)		Expect. (E)	Percep. (P)		Expect. (E)	Percep. (P)		
Elementos tangibles	• Equipamiento de aspecto moderno	4	3		2	3		3	3		4	3		
	• Instalaciones físicas visualmente atractivas	2	3		3	3		2	3		4	3		
	• Apariencia del personal	1	1		1	1		1	1		3	3		
	• Elementos tangibles atractivos	3	2		4	3		2	3		4	3		
	TOTAL													
Fiabilidad	• Cumplimiento de promesas	3	3		4	4		4	3		4	3		
	• Interés en la resolución de problemas	2	2		4	1		3	2		3	3		
	• Realización del servicio a la primera	1	2		1	1		1	2		2	3		
	• Conclusión en el plazo prometido	1	2		1	1		1	2		2	3		
	• Falta de errores	1	1		1	1		1	1		2	3		
	TOTAL													
Capacidad de respuesta	• Personal comunicativo	2	3		2	2		2	2		3	3		
	• Personal rápido	2	3		2	1		3	2		3	3		
	• Personal colaborador	2	3		2	3		3	3		3	3		
	• Personal informado	2	3		2	1		2	2		3	3		
	TOTAL													
Seguridad	• Personal que transmite confianza.	3	3		3	3		3	3		3	3		
	• Clientes seguros con su proveedor.	3	3		1	1		1	1		3	3		
	• Personal amable.	3	3		1	2		1	2		3	3		
	• Personal bien formado.	1	1		1	1		1	1		3	3		
	TOTAL													
Empatía	• Atención individualizada al cliente.	2	3		3	1		3	1		3	3		
	• Horario conveniente.	3	3		4	3		4	3		3	3		
	• Atención personalizada a los colaboradores.	2	3		3	1		3	1		3	3		
	• Preocupación por los intereses del cliente.	3	3		3	2		3	2		2	3		
	• Comprensión de las necesidades del cliente.	3	3		3	2		3	2		3	3		
	TOTAL													
INDICE GLOBAL DE SATISFACCIÓN														

PRÁCTICA 4 → TRABAJO AUTÓNOMO

Un hotel de costa, antes de cerrar por fin de temporada, desea conocer la percepción de los clientes por el servicio prestado y decide realizar una encuesta basada en el modelo HOTELQUAL durante el mes de septiembre. Los resultados del cuestionario son los que aparecen en la siguiente tabla. Cada ítem ha sido valorado con una escala de opinión de 5 puntos en la que 1 es el mínimo grado de calidad y 5, el máximo. Se pide: (1) la valoración media de cada dimensión por familia y total; (2) la valoración global de cada familia y total y (3) sugerir acciones de mejora de calidad a la vista de los resultados.

Dimensión	Ítem	Familia A	Familia B	Familia C	Familia D	Familia E	Valoración Dimensión
Personal	1. El personal está dispuesto a ayudar a los clientes.	2	3	4	4	4	
	2. Los colaboradores se preocupan de resolver los problemas de clientes.	2	3	4	3	3	
	3. El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente.	3	4	3	3	4	
	4. El personal es competente y profesional.	3	4	3	3	4	
	5. Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita.	4	4	3	4	4	
	6. El personal es confiable.	2	5	3	5	5	
	7. El personal tiene un aspecto limpio y aseado.	2	2	4	4	3	
Valoración Media Dimensión							
Instalaciones	8. Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables.	1	3	4	3	3	
	9. Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados.	4	3	4	4	3	
	10. Las instalaciones son confortables y acogedoras.	2	4	4	3	4	
	11. Las instalaciones son seguras.	3	5	5	3	4	
	12. Las instalaciones están limpias.	3	3	5	3	2	
Valoración Media Dimensión							
Organización	13. Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios.	3	4	3	4	2	
	14. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	3	5	4	5	3	
	15. Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema.	2	5	4	5	4	
	16. Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	3	3	4	4	4	
	17. Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.	3	3	3	3	5	
	18. Se resuelve de forma eficaz cualquier problema.	3	4	4	5	4	
	19. El cliente es lo más importante.	4	3	3	4	3	
	20. Se presta el servicio según las condiciones pactadas.	3	4	3	3	3	
Valoración Media Dimensión							
Valoración Global por Familia							
						INDICE GLOBAL DE SATISFACCIÓN	