



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

TOTAL **805,111**

CheckList Norma UNE 187003:2008 Oficinas de Información Turística Ed.1 Rev.0

### Asistentes a la reunión inicial

- Director del Departamento del Area Madrid - Iván González Trigo - Responsable de Calidad y Visitas Guiadas -  
Marisa Fernández Gago - Responsable del Servicio de Información Turística - Miguel Pérez Valiente Auditor Jefe :  
José Manuel Mayo Lagostena - Bureau Veritas Certificación

### Asistentes a la reunión final

- Director del Departamento del Area Madrid - Iván González Trigo - Responsable de Calidad y Visitas Guiadas -  
Marisa Fernández Gago Auditor Jefe : José Manuel Mayo Lagostena - Bureau Veritas Certificación

### Auditor en prácticas

NO APLICA

### Cambios significativos (infraestructuras, servicios, ...) con respecto a la auditoría anterior (seguimientos y renovaciones)

La auditoria se realiza en nueva oficina en la dirección indicada en el plan de auditoría

### Registro del horario de auditoría

Acorde a lo establecido en el Plan de Auditoria

### Estado de las no conformidades detectadas en la auditoría anterior (seguimientos y renovaciones)

Las no conformidades de la anterior auditoría se ha comprobado que se ha realizado una gestión correcta para que no se vuelva a repetir en las nuevas instalaciones

## 3. DIRECCIÓN

### 3.1. Responsabilidades y compromiso de la dirección

1) Existe un organigrama del servicio de información y acogida del destino en general consensuado, donde se definen las relaciones internas y externas. Además se dispone del organigrama particular de la oficina y existe un responsable para ésta.

\* \* \* **8**

2) Se tienen establecidos y documentados los mecanismos de gestión que aseguran que en todo momento y en todo tipo de servicio se alcanzan los niveles y objetivos de calidad definidos.

\* \* \* **8**



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

TOTAL 3.1. Responsabilidades y compromiso de la dirección

### 3.2. Política de gestión de la calidad y planificación

#### 3.2.1 Generalidades

1) Se tiene definida la política de calidad y establecidos los objetivos de calidad generales, específicos, temporales y medibles.

\* \* \*

2) Se evidencia que la política de calidad es adecuada a los objetivos de la organización y a las expectativas y necesidades de sus clientes.

\* \* \*

3) La política y los objetivos se han formulado correctamente y son conocidos y comprendidos por la totalidad del personal de la oficina.

\* \* \*

TOTAL 3.2.1 Generalidades

#### 3.2.2. Planificación

1) Están identificados, definidos, planificados y documentados las acciones y recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad. Los resultados de dicha planificación se encuentran documentados

\* \* \*

TOTAL 3.2.2. Planificación

TOTAL 3.2. Política de gestión de la calidad y planificación

### 3.3. Organización

#### 3.3.1 Represente de la dirección

1) Se ha designado un coordinador de la calidad que, con independencia de otras funciones, tiene como misión asegurar el cumplimiento de los requisitos del sistema de calidad y de esta norma UNE.

\* \* \*

2) Existe una persona designada para asumir la responsabilidad sobre todos los servicios de la entidad en ausencia de la dirección.



CALIDAD TURÍSTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \*

TOTAL 3.3.1 Represente de la dirección

### 3.3.2. Funciones y responsabilidades

1) Se evidencia que están definidas y comunicadas por la dirección las funciones, responsabilidades y relaciones entre el personal que realiza actividades que inciden en la prestación del servicio.

\* \*

TOTAL 3.3.2. Funciones y responsabilidades

TOTAL 3.3. Organización

### 3.4. Sistema de gestión de la calidad

#### 3.4.2 Documentación del sistema de gestión de la calidad

1) La entidad dispone de un sistema de calidad documentado y actualizado que incluye la información necesaria para el buen desarrollo de las actividades, además de las actividades de implantación, supervisión y control.

\* \* \*

2) Se dispone de un manual de calidad o documento similar que cubre los requisitos contemplados en la norma, incluye la política de calidad y la organización de la oficina de información turística y describe las líneas básicas de actuación en relación con la norma, o en su defecto, hace referencia a los correspondientes procedimientos al sistema de gestión de la calidad.

\* \* \*

3) Se dispone de procedimientos o instrucciones de trabajo que complementan al manual de calidad y describen qué quién y cómo se realizan las actividades dirigidas a proporcionar la satisfacción al cliente en los servicios prestados en la oficina de información turística.

\* \* \*

4) Se dispone de registros de calidad que demuestran que se realizan todas las actividades descritas en esta norma y en los procedimientos internos.

\* \* \*

TOTAL 3.4.2 Documentación del sistema de gestión de la calidad



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

### 3.4.3. Gestión de la documentación

**1) Existe un procedimiento documentado de gestión de la documentación de calidad y de los formatos a utilizar en la oficina de información turística. Se revisa la documentación de forma periódica de forma que se controlan las ediciones obsoletas.**

\* \* \*

**TOTAL 3.4.3. Gestión de la documentación**

### 3.4.4. Control de los registros de calidad

**1) Existe un procedimiento documentado de gestión de los registros de la calidad y las responsabilidades de emisión y custodia de los mismos. En este procedimiento consta el tiempo de conservación de los registros.**

\* \*

**2) Los registros de calidad son legibles y están conservados y archivados, atendiendo al tiempo de conservación definido para los mismos. Se dispone de fácil acceso a estos registros.**

\* \*

**TOTAL 3.4.4. Control de los registros de calidad**

### 3.4.5. Revisión del sistema de gestión de la calidad

**1) El sistema de calidad es revisado por la dirección al menos una vez al año y queda registrada, incluyendo las conclusiones generales y particulares.**

\* \* \*

2) En la revisión por la dirección se contemplan los siguientes aspectos:

(En caso de no cumplir con alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados)

- a. Resultados de auditorías
- b. Quejas y reclamaciones de clientes
- c. Seguimiento de los objetivos de la calidad
- d. Análisis de las no conformidades
- e. Situación de acciones correctivas y preventivas



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \* \* **TOTAL 2) En la revisión por la dirección se contemplan los siguientes**   
aspectos:

3) En la revisión por la dirección se contemplan los siguientes aspectos:

(En caso de no cumplir con alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados)

- a. Funcionamiento de los procesos de prestación del servicio (indicadores de calidad)
- b. Plan de formación
- c. Asignación de recursos
- d. Resultados de medición de la satisfacción del cliente
- e. Anteriores revisiones del sistema por la dirección y cambios que podrían afectar al sistema de gestión de calidad

\* \* \* **TOTAL 3) En la revisión por la dirección se contemplan los siguientes**   
aspectos:

**TOTAL 3.4.5. Revisión del sistema de gestión de la calidad**

**TOTAL 3.4. Sistema de gestión de la calidad**

#### 3.6. Gestión ambiental

1) Se ha realizado un análisis por parte de la dirección y los correspondientes responsables de departamentos de la situación de la gestión ambiental y se han decidido las medidas más oportunas para mejorar dicha parcela de gestión, de acuerdo a la situación local. Tanto el análisis como las acciones a emprender han quedado reflejadas documentalmente (plan de gestión ambiental).

\* \* \*

2) Se evidencia (plan de gestión ambiental) que periódicamente se hace un seguimiento del nivel de cumplimiento de dichas medidas, redefiniendo las que no se han alcanzado y renovando las que se han logrado. Se controla el impacto de las medidas efectuadas.

\* \*

**TOTAL 3.6. Gestión ambiental**

#### 3.7. Gestión de recursos



CALIDAD TURÍSTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

### 3.7.1 Gestión de los recursos humanos

**1) Se han establecido documentalmente todas las instrucciones básicas necesarias para unos métodos de trabajos uniformes y adecuados, incluidas las fórmulas de cortesía y trato con el cliente. En estas instrucciones se incluyen las técnicas necesarias para el correcto desempeño por parte del personal de sus funciones.**

\* \*

**2) Están definidos los puestos de trabajo de la entidad vinculados con el servicio al cliente y las funciones de los mismos, incluyendo las propias del sistema de calidad. Existe un registro que asegura que esta documentación ha sido entregada a los empleados.**

\* \*

**3) Están definidos y documentados los requisitos de acceso y competencias para todos los puestos de trabajo.**

\* \*

**4) El responsable de la Oficina de Información Turística tiene conocimientos suficientes del sector turístico, así como habilidades de gestión, marketing y relaciones públicas.**

Nota: Preferiblemente hablará dos idiomas extranjeros, siendo uno de ellos el inglés y el idioma oficial de la Comunidad Autónoma, en su caso. En todo caso se cumplirá con la legislación en materia de títulos y formación.

\* \*

**5) El personal técnico informador domina al menos dos idiomas extranjeros, además de los oficiales de la Comunidad Autónoma, y conoce en profundidad la oferta turística del destino y suficientemente la de los destinos de su área de influencia. Dispone de un conocimiento turístico básico del resto de España y de habilidades para la comunicación y las relaciones públicas (competencias).**

Nota: en caso de que, por la estructura de la oficina de información turística, el responsable de servicio (o director de oficina) realice labores de informador, éste deberá cumplir también con los requisitos mínimos exigidos al personal técnico informador. En todo caso se cumplirá con la legislación en materia de títulos y formación. (Véase también punto 4.3.1 de la Norma).

\* \* \*

**6) Existe un procedimiento de selección documentado que garantiza la adecuación de los perfiles a los puestos de trabajo (siempre que el tamaño y estructura de la empresa lo haga aconsejable). En este proceso se contemplan para todos aquellos puestos para los que la ley lo exige, los requerimientos del correspondiente título o carné que acredita para el desempeño de la función.**

Nota: A efectos formales se requerirá un procedimiento de selección documental. Su extensión y grado de



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

profundidad dependerá del nivel de competencias del servicio de información y acogida, así como de la estructura del mismo.

\* \*

7) Se dispone de un programa de formación documentado con el fin de mantener un adecuado nivel de calidad en la prestación de servicio. Este programa de formación, que establece una periodicidad y unos contenidos mínimos, en función de las necesidades detectadas, incluirá:

(En caso de no disponer de alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems que no incluidos en el plan de formación).

- a. Fórmulas de cortesía y trato con el cliente
- b. Requisitos de prestación de servicio
- c. Técnicas para el correcto desempeño de sus funciones
- d. Idiomas
- e. Gestión de calidad y ambiental

\* \* \* TOTAL 7) Se dispone de un programa de formación documentado con el   
fin de mantener un adecuado nivel de calidad en la prestación de servicio. Este  
programa de formación, que establece una periodicidad y unos contenidos  
mínimos, en función de las necesidades detectadas, incluirá:

8) El programa de formación incluye en todo caso las acciones formativas necesarias para la adaptación al puesto de trabajo para los empleados de nuevo ingreso, así como un método de formación ágil y eficaz para empleados eventuales (realización de visitas a los principales atractivos turísticos, utilización de medios técnicos e informáticos, etc.)

\* \*

9) El personal técnico de información tiene a su disposición y para consulta en todo momento, la siguiente documentación:

(En caso de no disponer de alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no cumpla)

- a. Guías telefónicas y de servicios locales y del destino
- b. Mapas de carreteras del destino, nacionales y europeas
- c. Planos de las ciudades del destino



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

**d. Guías turísticas del destino y del entorno próximo**

\* \* \* **TOTAL 9) El personal técnico de información tiene a su disposición y**   
**para consulta en todo momento, la siguiente documentación:**

10) El personal técnico de información tiene a su disposición y para consulta en todo momento, la siguiente documentación:

(En caso de no disponer de alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems que no cumpla)

**a. Guías de alojamientos**

**b. Periódicos del destino**

**c. Dossier con toda la documentación turística sobre atractivos, actividades y oferta editada del destino y actualizada**

**d. Diccionarios en los idiomas más usuales del destino**

\* \* \* **TOTAL 10) El personal técnico de información tiene a su disposición y**   
**para consulta en todo momento, la siguiente documentación:**

**11) El personal eventual dispone de un dossier general con la información más demandada y un tutor experimentado durante los 4 a 8 primeros días.**

\* \*

**12) Se evidencia que el personal eventual o de nueva incorporación no se encuentra solo atendiendo el servicio durante su primer mes de trabajo.**

\* \*

**TOTAL 3.7.1 Gestión de los recursos humanos**

#### 3.7.2 Gestión de los recursos materiales

**1) Se han identificado los recursos materiales necesarios (por departamento) para llevar a cabo las actividades habituales con un nivel de prestación de servicio adecuado y conforme a lo especificado en la Norma.**

\* \*

**TOTAL 3.7.2 Gestión de los recursos materiales**



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

### 3.7.3 Gestión de recursos externos

**1) Se han establecido documentalmente los requisitos relativos a los materiales, productos y servicios que tengan incidencia en el servicio prestado por la Oficina de Información Turística (sistema de gestión de recursos externos).**

\* \* \*

**2) Se hace un seguimiento de la competencia de los suministradores y contratistas (evaluación de proveedores a través de inspecciones, comprobación antes de la aceptación del producto, seguimiento de reclamaciones, quejas, etc.). Existe uno o varios registros que aseguran esta evaluación**

(Cuando los servicios que se prestan en las instalaciones de la oficina afectan a la calidad pero no dependen de la misma se debe controlar igualmente el nivel de prestación de estos servicios y debe quedar constancia de que se ha informado a los responsables)

\* \* \*

**TOTAL 3.7.3 Gestión de recursos externos**

**TOTAL 3.7. Gestión de recursos**

### 3.8. Gestión del proceso de comercialización

#### 3.8.1. Comunicación de los servicios

**1) Existe un procedimiento documentado donde se especifica cómo se comercializan los servicios prestados por la Oficina de Información Turística.**

\* \* \*

**TOTAL 3.8.1. Comunicación de los servicios**

#### 3.8.2. Comercialización

**1) La correspondencia entre la calidad de los servicios y sus tarifas es siempre la misma. En caso de tarifa reducida, ésta no implica un nivel inferior de prestación del servicio al establecido en la Norma de calidad. La aplicación de cualquier tarifa queda escrita en el correspondiente documento comercial (contrato, pedido, documento de confirmación, etc.) Existe una instrucción que asegura el cumplimiento de esta Norma.**

\* \* \*

**TOTAL 3.8.2. Comercialización**

**TOTAL 3.8. Gestión del proceso de comercialización**



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

#### 3.9. Control y mejora continua

##### 3.9.1. Medición y seguimiento

##### 3.9.1.1 Medición de la satisfacción del cliente

1) Está definido, documentado e implantado un sistema de evaluación de la calidad del servicio por los clientes (cuestionarios de satisfacción, entrevistas de calidad, etc.) Este sistema contempla todos aquellos servicios con impacto directo sobre el cliente.

\* \* \*

2) Del análisis y seguimiento de estos indicadores se generan registros que facilitan la elaboración de un plan de mejora continua (Véase puntos 4.6 y 5.8)

\* \* \*

**TOTAL 3.9.1.1 Medición de la satisfacción del cliente**

##### 3.9.1.2. Medición y seguimiento de los servicios

1) Existe un sistema de indicadores implantado en los principales servicios o procesos de la entidad, con un soporte documental y un seguimiento periódico. Con la información que se desprende de los indicadores se evalúa/analiza la evolución de los servicios y procesos de la Oficina de Información Turística. (Del análisis de estos indicadores se generan registros que permiten elaborar un plan de mejora continua).

\* \* \*

**TOTAL 3.9.1.2. Medición y seguimiento de los servicios**

##### 3.9.1.3. Auditoría interna

1) Se evidencia que se llevan a cabo auditorías internas de calidad de forma periódica en la entidad turística, de acuerdo a los requisitos definidos en esta Norma UNE. El informe de auditoría es considerado un registro de calidad.

\* \* \*

2) Se dispone de un procedimiento documentado para llevar a cabo las auditorías internas, de acuerdo a los requisitos definidos en esta Norma UNE.

\* \*

3) Los resultados de las auditorías llevan asociado un plan de mejora documentado para corregir y eliminar las deficiencias detectadas mediante acciones correctivas eficaces. El informe de auditoría, plan de acciones correctora y su seguimiento son considerados registros de la calidad.



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \* \* 6

**TOTAL 3.9.1.3. Auditoría interna** 6,5

**TOTAL 3.9.1. Medición y seguimiento** 6,8333

### 3.9.2 Gestión de no conformidades

#### 3.9.2.1 Generalidades

1) Se encuentra definido y documentado un sistema para identificar las no conformidades y establecer las acciones correctivas y/o preventivas que aseguran la correcta prestación del servicio (Procedimiento de Gestión de No Conformidades) y contempla, además de la documentación y registro de las no conformidades:

#### a. Identificación de la no conformidad

\* \* \* 6

#### b. Análisis de las causas que han originado la situación

\* \* \* 5

#### c. Acciones correctivas necesarias para restablecer la correcta prestación del servicio

\* \* \* 4

**TOTAL 1) Se encuentra definido y documentado un sistema para identificar las no conformidades y establecer las acciones correctivas y/o preventivas que aseguran la correcta prestación del servicio (Procedimiento de Gestión de No Conformidades) y contempla, además de la documentación y registro de las no conformidades:** 5

2) Deberán contemplarse como no conformidades, las siguientes situaciones:

(En caso de no disponer de alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados).

- a. Quejas o reclamaciones y resultados negativos de mediciones de la satisfacción del cliente
- b. Problemas imputables a fallos organizativos
- c. Situaciones de mal funcionamiento de instalaciones o equipos
- d. Situaciones con niveles de prestación de servicio sistemáticamente inferiores a los



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

establecidos

- e. Dotación de recursos humanos claramente insuficiente para la ocupación o carga de trabajo prevista

\* \* \* TOTAL 2) Deberán contemplarse como no conformidades, las   
siguientes situaciones:

TOTAL 3.9.2.1 Generalidades

#### 3.9.2.2 Gestión de quejas y sugerencias de clientes

1) Se dispone de un sistema de tratamiento de quejas y sugerencias de los clientes. En este sistema se establece la organización necesaria, responsables de la gestión y el modo de implantación y gestión de estas quejas y sugerencias. Se evidencia que el sistema es ágil y eficaz (accesible para el cliente).

\* \* \*

TOTAL 3.9.2.2 Gestión de quejas y sugerencias de clientes

#### 3.9.2.3. Acciones preventivas

1) Existe un sistema de acciones preventivas documentado para evitar las causas de las no conformidades potenciales atendiendo a lo especificado en esta Norma UNE. Queda registro de las acciones preventivas adoptadas (seguimiento y cierre).

\* \* \*

2) El sistema de acciones preventivas establecido contempla, en todo caso:

a. Identificación de los procesos, productos y servicios potencialmente generadores de no conformidades.

\* \* \*

b. Análisis de las causas que han originado la no conformidad, de la que debe estar informado el coordinador de la calidad.

\* \* \*

c. Determinación e implantación de las acciones preventivas necesarias para eliminar las causas potenciales de las no conformidades del servicio, estableciendo responsabilidades y mecanismos para comprobar la eficacia de las mismas por parte del coordinador de calidad.

\* \* \*

TOTAL 2) El sistema de acciones preventivas establecido contempla, en todo



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

caso:

TOTAL 3.9.2.3. Acciones preventivas **6,1667**

TOTAL 3.9.2 Gestión de no conformidades **6,8889**

### 3.9.3 Mejora continua

1) Se evidencia que se dispone de un mecanismo de mejora continua de la calidad, en el que se tienen en cuenta la medición de la satisfacción del cliente así como la identificación y gestión de no conformidades para impulsar acciones de mejora que reviertan en la organización y servicio al cliente. De todo ello queda constancia en el plan de mejora continua.

\* \* \* **8**

TOTAL 3.9.3 Mejora continua **8**

TOTAL 3.9. Control y mejora continua **7,2407**

#### Muestreo realizado en Dirección (indique en todo caso las oficinas y puntos de información visitados).

Se comprueba y revisa el Manual de Gestión de Calidad (MP-CAL) de Septiembre de 2012 y actualizaciones de cargos y responsables del órgano gestor. Se comprueba el ORGANIGRAMA 2015, indica los puestos y de forma nominativo Política de Calidad Se verifica en la documentación del sistema, la POLITICA del sistema de fecha de 31 de marzo de 2015. Disponible en tres idiomas. Es adecuada a la actividad de la organización. Incluye temas de Accesibilidad Ha sido difundida a los proveedores por e-mail y está colgada en las instalaciones de la oficina y expuesta en la página Web Se verifica Programa Anual de realización de Actividades 2015 Se verifica MEMORIA ANUAL DE 2014 (BALANCE DE ACTUACIONES), documento estructurado conforme a la Planificación anual realizada. Se verifica Informe de Coyuntura Turística del 1er Semestre de 2015 OBJETIVOS DE CALIDAD Se verifica el programa de gestión de OBJETIVOS DE CALIDAD derivado del PPlan e Acción y el PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO 2015 por cada una de las carta de Servicios y su correspondiente planificación , aprobado con los siguientes objetivos con sus indicadores asociados: - OB - Incrementar el nº total de personas atendidas por los SAIT permanentes y temporales hasta los 2.200.000 - OB - Valoración de encuestas de calida > 8 - OB - Nº Inspecciones a Centros y puntos de información mínimo 400 - OB - Comercialización de productos turísticos no oficiales - OB - Consolidación del modelo de visitas guiadas - OB - Nueva tienda oficial de la Ciudad de Madrid - OB - Nuevo Mirador Faro de America - OB - Reforma y Modernización de la Red de Atención e Información Turística - OB - Centro de Inteligencia Turística - OB - Proyecto Big Data BBVA con el análisis del uso de tarjetas de credito y su gasto en turismo REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN FSG-02-03 Se verifica la Revisión por la Dirección del Sistema de Gestión realizada en fecha 20/10/2015 La estructura de ésta contempla todos los



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

elementos que exige la norma y se evidencia un análisis efectivo y adecuado. PROGRAMA DE FORMACIÓN 2014-2015 Se verifica el programa de formación de este año : - Se verifica el Plan de formación realizado durante el 2014 y 2015 que incluye los aspectos que pide la norma PLANIFICACIÓN ANUAL 2015 Se verifica el PLANIFICACIÓN ANUAL con el detalle de todas tareas a realizar por procesos QUEJAS Y RECLAMACIONES 2015 Se verifica la gestión de este aspecto de la norma , se verifica el libro oficial exigido por la comunidad autonoma. INFORME SUG, RECL Y FELIC JUNIO 2015.doc produciéndose 5 reclamaciones hasta la fecha Se verifica la respuesta a la reclamación nº 502/2015/06686 de 27 de enero de 2015, queja por el incremento de precio de las visitas guiadas. AUDITORIA INTERNA Se verifica AUDITORIA INTERNA 01/2015 realizada en fecha 16, 19 y 20 de octubre realizada por la técnico de calidad Isabel delgado e Irene Ramirez en base a la autoevaluación. Se han detectado 3 NCF menor en distintos puntos de la norma GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Se verifica Pland e Gestión Medioambiental de medidas basicas. INFORMES DE NCF , ACC y ACP Se verifica distintos informes de no conformidades en distintas fechas y sus correspondiente informes de acciones preventivas. En este apartado se detecta una no conformidad descrita en detalladamente.

#### Descripción y Comentarios relativos a la Dirección

La gestión del departamento se considera correcta y eficaz para cumplir con la legislación y los requisitos de la norma, exceptuando la no conformidad indicada. La organización está inmersa en la implantación de varios proyectos para potenciar las nuevas tecnologías en dicha área. La organización dispone de una gestión bastante potente en accesibilidad y se ha podido comprobar la atención para personal con estas particularidades como la de atención de lenguajes de signos. Se recomienda mejorar la trazabilidad documental de los documentos del sistema de gestión con los que exige la norma.

**TOTAL 3. DIRECCIÓN** 7,8239

#### 4. SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ACOGIDA

##### 4.1. Responsabilidades

1) La Dirección ha designado a una persona cuya misión es asegurar que en el servicio de información y acogida se cumplen los requisitos establecidos en esta norma para alcanzar los niveles de calidad para la prestación del servicio. El responsable atiende en todo caso las incidencias que pudieran surgir en períodos de máxima afluencia (Véase también mecanismos de control).

\* \* \* 8

**TOTAL 4.1. Responsabilidades** 8

##### 4.2. Requisitos de servicio



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

(Algunos requisitos han sido eliminados de este apartado por evaluarse en los puntos 3.1 y 3.4.2)

1) El servicio tiene planificado y documentado el número de personas calificadas necesarias para prestar el servicio de acogida de acuerdo a los estándares mínimos de prestación de servicio. Esta planificación, que tiene en cuenta las puntas de actividad, no evidencia desajustes entre demandas y personal disponible. Existe un documento que refleja esta planificación (registro de calidad).

\* \*

2) La Oficina de Información Turística ha definido, de acuerdo a la estrategia de marketing del destino, sus mercados objetivo. Esta selección se encuentra documentada e incluye como mínimo la descripción de las necesidades de cada mercado en origen y en destino, así como en las diferentes fases de consumo.

\* \* \*

3) Las diferentes instalaciones de la Oficina de Información Turística se encuentran coordinadas entre sí (teniendo en cuenta horarios, según punto 4.3.2 y accesibilidad de éstas, según punto 6.3) y se evidencia que no se desatiende ninguna actividad. (Ello contribuye a que el cliente perciba el Servicio de Información y Acogida como un servicio global del destino).

\* \*

4) Se dispone de un procedimiento documentado que da respuesta a demandas sobre otros destinos. Éste contempla información básica y general y propone otros servicios de información. Se evidencia que la información suministrada al respecto es satisfactoria (resultados de cuestionarios de satisfacción de clientes).

\* \*

5) Se dispone de un procedimiento documentado para atender las demandas de informaciones no turísticas o no relacionadas con el servicio (se recomienda hacer las averiguaciones necesarias y redirigir la demanda hacia el servicio correspondiente, incluida la gestión de reclamaciones presentadas en el servicio en referencia a la oferta del destino tal y como indica el punto 5.7 de esta Norma).

\* \*

TOTAL 4.2. Requisitos de servicio

### 4.3. Información presencial en destino

#### 4.3.1 Prestación del servicio

1) Se comunican los diferentes servicios prestados de forma visible (interior y exterior de la Oficina de Información Turística). También se anuncian los idiomas extranjeros en los que se puede prestar el servicio.



CALIDAD TURÍSTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \*

2) Existe un procedimiento documentado de información presencial en destino. Este procedimiento contempla los siguientes aspectos:

(En caso de no disponer de alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados)

- a. Se prioriza la atención al cliente frente a la realización de cualquier otra actividad
- b. Se aportan respuestas claras, rápidas y precisas frente a las demandas, previamente identificadas
- c. Se aporta información complementaria para suscitar el interés del visitante y para darle a conocer la oferta turística que no conoce
- d. Preferentemente se mantendrá el contacto con el visitante en el idioma de este último
- e. Se limita el tiempo de atención al cliente cuando hay otros clientes esperando a ser atendidos y las demandas largas se gestionan a parte y se establece la sistemática a seguir para atender las demandas en espera

\* \* \* TOTAL 2) Existe un procedimiento documentado de información   
presencial en destino. Este procedimiento contempla los siguientes aspectos:

3) El personal se encuentra identificado con su nombre, el servicio que presta y los idiomas que habla. La indumentaria distingue al personal de la oficina. (Se porta uniforme cuando el servicio se presta con un número igual o superior a tres personas de forma simultánea.)

\* \*

4) Todas las consultas realizadas pueden atenderse en los idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma y en al menos dos idiomas extranjeros simultáneamente, siendo el inglés uno de ellos. (En el planning de trabajo de que disponga la Oficina de Información Turística se contempla este aspecto). Se evidencia que la elección de idiomas hablados se ha establecido en función de la procedencia de los visitantes, los intereses de los mismos y la planificación estratégica del destino.

\* \* \*

5) La Oficina de Información Turística tiene un listado (documentado y actualizado) detallado de los recursos y atractivos del destino. Se dispone de la información práctica de estos recursos y atractivos: horarios de visita, localización, descripción, características y condiciones. Esta información es conocida por parte del personal de la Oficina de Información Turística.

\* \* \*



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

6) Se tiene una relación completa (documentada y actualizada) de los acontecimientos y actividades lúdicas, culturales, deportivas y de ocio, así como de los detalles: día, hora, localización, contenidos. Se evidencia que se dispone de esta información para el mes en curso y para el siguiente, excepto en el caso de que las actividades se realicen de forma regular, en cuyo caso se dispone de la planificación anual de la misma. Esta información es conocida por parte del personal de la Oficina de In

\* \* \*

7) Se dispone de la información práctica (documentada y actualizada) para los visitantes recién llegados: transporte, tipologías de alojamientos, restauración, etc. Esta información es conocida por parte del personal de la Oficina de Información Turística.

\* \* \*

8) Existe un mecanismo de quejas y sugerencias para los visitantes con respecto a la oferta del destino. Los formularios de quejas y sugerencias se encuentran en un lugar visible a disposición del visitante.

\* \*

9) Fuera del horario de servicio de la Oficina de Información Turística se facilita información básica del destino al visitante por medio de los elementos necesarios: plano con servicios y recursos localizados, nuevas tecnologías de la información, etc.

\* \*

TOTAL 4.3.1 Prestación del servicio

### 4.3.2. Apertura y horarios

(Requisitos parcialmente evaluados en el punto 4.2)

1) Los horarios de apertura de la Oficina de Información Turística cumplen, como mínimo, con los horarios definidos en la Norma: en temporada baja, abren cinco días a la semana, seis horas al día y en temporada alta, todos los días de la semana, ocho horas diarias.

\* \*

2) Los horarios de apertura se encuentran anunciados en la entrada de la oficina de información turística, en los planos informativos situados en las calles y en los mensajes de los contestadores telefónicos

\* \* \*

3) Los horarios de apertura se encuentran anunciados en la web del destino, si el destino dispone de página web.

\* \* \*



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

4) Se evidencia que los horarios de apertura se han comunicado a los establecimientos turísticos del destino.

\* \*

TOTAL 4.3.2. Apertura y horarios

### 4.3.4. Sistemas de información y base de datos

1) Se dispone de un sistema de información que permite capturar, almacenar, procesar y transmitir la información. El sistema utilizado es compatible con otras oficinas de la red y con la oferta del destino.

\* \*

TOTAL 4.3.4. Sistemas de información y base de datos

### 4.3.5 Material soporte de la información

1) Se evidencia que el visitante tiene a su disposición, al menos, las siguientes publicaciones de forma gratuita.

(En caso de no disponer de alguno de estos ítems y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados)

a. Plano completo del destino

b. Guía de la oferta y de los servicios turísticos

c. Documento genérico con los atractivos principales del destino

d. Guía de servicios e informaciones prácticas

e. Calendario de actividades culturales, deportivas, festivas y de ocio

\* \* \* TOTAL 1) Se evidencia que el visitante tiene a su disposición, al menos,   
las siguientes publicaciones de forma gratuita.

2) Se encuentra definido y justificada la forma en la que los contenidos deben publicarse, cuidando tanto aspecto gráfico como contenidos.

\* \* \*

3) Las publicaciones puestas a disposición del visitante se encuentran traducidas a los idiomas más demandados (justificados en función de la demanda del destino) y se encuentran identificadas y ordenadas temáticamente. En todo caso, la documentación se encuentra actualizada.



CALIDAD TURÍSTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \* \*

4) La zona de autoservicio está provista de material suficiente y representativo de la oferta turística del destino (Restaurantes, alojamientos, ocio, festivales u otros) y con información actualizada. Los folletos que allí se encuentran están identificados y ordenados temáticamente.

\* \*

TOTAL 4.3.5 Material soporte de la información

TOTAL 4.3. Información presencial en destino

### 4.4. Información no presencial en origen

1) Se dispone de un procedimiento documentado que especifica cómo se atienden las demandas de información recibidas a través de los siguientes medios: correo, teléfono, fax, correo electrónico, etc.

\* \* \*

2) Este procedimiento contempla, las siguientes cuestiones:

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados).

- a. Respuestas personalizadas
- b. Respuestas tipo (estandarizadas)
- c. Uso del idioma del visitante preferentemente
- d. Identificación de la persona que da respuesta a la demanda

\* \* \* TOTAL 2) Este procedimiento contempla, las siguientes cuestiones:

3) Se comunica a través de todos los elementos de comunicación del destino (web, planos, etc.) la dirección postal, teléfono, fax y correo electrónico de la Oficina de Información Turística.

\* \* \*

#### 4.4.1. Atención telefónica y a través de fax

1) Existe un procedimiento donde se especifica la forma en que se realiza la atención por teléfono y a través de fax que contempla las siguientes cuestiones:

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

una no conformidad por aquellos ítems no contemplados).

- a. En presencia de un visitante la atención telefónica es breve y las informaciones extensas son enviadas por medios complementarios (correo electrónico, fax, etc.)
- b. Las demandas de información telefónica se dirigen al interlocutor adecuado con rapidez y si éste se encuentra ausente, se toman las acciones oportunas según se indica en la norma
- c. Las llamadas retenidas en espera son retomadas en cada 30 segundos
- d. Las demandas se responden en las 24 horas siguientes a la recepción
- e. Se contempla la recomendación de que las esperas al interlocutor cuando se trata de llamadas internacionales sean especialmente breves

\* \* \* **TOTAL 1) Existe un procedimiento donde se especifica la forma en que se realiza la atención por teléfono y a través de fax que contempla las siguientes cuestiones:**

10

**2) Se encuentra justificada la capacidad de respuesta en relación a la demanda.**

\* \* 8

**TOTAL 4.4.1. Atención telefónica y a través de fax 9**

4.4.2. Atención a través de correo electrónico y postal

**1) Existe un procedimiento donde se encuentra especificada la forma de atender por correo. Queda registro del nombre del informador que da la respuesta. (Preferentemente se da respuesta en menos de 24 horas).**

\* \* \* 8

**TOTAL 4.4.2. Atención a través de correo electrónico y postal 8**

4.4.3. Información por Internet

**1) El contenido de la página web contiene la información básica descrita en el proceso de información presencial respecto a los atractivos turísticos del destino, acontecimientos, actividades e informaciones prácticas.**

(Nota: la Norma no exige página web al servicio de información y acogida, sino que estipula que, si el destino dispone de página web, en ésta se debe cumplir con los requisitos que se establecen en este apartado. Se tendrá especialmente en cuenta a la hora de evaluar el apartado de nuevas tecnologías y de mejora continua).



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \* \* 8

2) La página web cumple como mínimo con los siguientes requisitos:

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems con los que no se cumple).

- a. Diseño atractivo y operativo y utilización rápida y práctica
- b. Se encuentra actualizada
- c. Facilita enlaces con otras páginas web existentes en el destino
- d. Permite la petición de información a través del correo electrónico
- e. Se encuentra disponible en los idiomas justificados en el servicio

\* \* TOTAL 2) La página web cumple como mínimo con los siguientes 10  
requisitos:

TOTAL 4.4.3. Información por Internet 9

TOTAL 4.4. Información no presencial en origen 8,6667

### 4.5. Prestación de otros servicios

1) En el caso de que la Oficina de Información Turística preste otro tipo de servicios que el propio de Información y Acogida (merchandising, contratación de servicios de ocio etc.) se dispondrá de una instrucción o procedimiento al respecto, indicando características de los servicios, funcionamiento, precio, etc.

\* \* 8

TOTAL 4.5. Prestación de otros servicios 8

**Muestreo realizado en el Servicio de Información y Acogida (tipo de información suministrada, horarios, materiales, etc.)**

La oficina de información turística tiene el siguiente horario durante todo el año: - De Lunes a Domingo de 09:30 - 21:30 h El personal de la oficina pueda atender al menos en dos idiomas, habiendo algunos técnicos que pueden atender en la lengua de signos. La organización gestiona de forma estructurada distintos aspectos para una correcta acción de información y acogida al usuario final de la oficina de información turística. Toda la oferta turística se puede consultar en la web [www.esmadrid.com/](http://www.esmadrid.com/) También se dispone de distintos documentos que se recibe por parte de la Administración Regional Se pudo comprobar distintos documentos y registros que soportan y



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

apoyan esta gestión: - esMADRIDmagazine noviembre 2015 Asimismo existe una disponibilidad variada de información turística amplia y variada de carácter territorial, local, regional, nacional ,etc - Guías Museo Naval - Museo del Prado - Museo Thyssen-bornemisza - Conoce el real Madrid - Guia de Actividades con Niños - Madrid Esencial ENTREVISTADOS: - Yamila Gómez , técnico de FP Superior de Actividades turísticas, 2 idiomas inglés y francés - Irene Suárez, diplomada en turismo, 2 idiomas inglés y francés - Laura Palau, técnico de FP Superior de Actividades turísticas, 2 idiomas italiano y lengua de signo

### Descripción y comentarios relativos a los Servicios de Información y Acogida

La gestión del departamento se considera correcta y eficaz para cumplir con la legislación y los requisitos de la norma Valorar el programa de Visitas Guiadas implantado.

**TOTAL 4. SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ACOGIDA** 8,1222

## 5. APROVISIONAMIENTO Y MARKETING

### 5.1. Responsabilidades

1) Están designadas por dirección una o varias personas que tienen como misión asegurar que en el servicio de aprovisionamiento y marketing se cumplen los requisitos definidos en la Norma.

\* \* \* 8

**TOTAL 5.1. Responsabilidades** 8

### 5.2. Requisitos del servicio

(Algunos requisitos han sido evaluados en el punto 3.9.1.2)

1) Se tienen documentadas la misión y funciones asignadas a la Oficina de Información Turística como herramienta de marketing de la oferta del destino (teniendo en cuenta que el plan de marketing responde a las necesidades detectadas por los clientes y sector del destino turístico) El documento generado se hace llegar anualmente a todos los proveedores del sector turístico local.

\* \* \* 8

**TOTAL 5.2. Requisitos del servicio** 8

### 5.3. Base de datos

1) Se dispone de una base de datos completa de los proveedores de la oferta del destino y de sus representantes, incluyendo además los datos especificados en esta Norma. Esta base de datos incluye



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

proveedores de ámbito privado y público y está registrada en la Agencia Española de Protección de Datos

\* \* \*

2) La base de datos se encuentra informatizada.

\* \*

3) La base de datos se encuentra actualizada. Se planifica la actualización de la base de datos con los proveedores previamente a los períodos de gran afluencia de visitantes. El calendario de revisión es considerado registro de calidad.

\* \* \*

TOTAL 5.3. Base de datos

5.4. Relación con los proveedores de la oferta turística del destino

1) Se evidencia que se ha planificado un programa (anual, evidenciado por medio de un calendario o similar) de encuentros con los proveedores de la oferta (legal) del destino que realicen actividades (ello permite mantener la información al día y cumplir con los puntos enumerados en este apartado). La Oficina de Información Turística levanta acta de las reuniones mantenidas.

\* \* \*

2) El servicio tiene establecido un procedimiento documentado para el intercambio de información y material promocional bidireccional.

\* \*

3) Se dispone de un inventario actualizado y de una sistemática para dicha actualización. Asimismo está definido el stock mínimo y se evidencia que se dispone del material definido.

\* \*

4) Se dispone de documentos de presentación estándar que incluyen nombre de la empresa u organización y datos de localización, tipología de la oferta y descripción y condiciones de la oferta.

\* \* \*

5) Entre todo el personal conocen la totalidad de la oferta turística del destino y a sus gestores. Existe un calendario de visitas regulares (documentado) a los mismos.

\* \*



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

6) El personal de la Oficina está disponible para los profesionales del sector, se adapta a las demandas y proporciona respuestas inmediatas, conforme a lo estipulado en la norma.

\* \*

7) Se gestionan y trasladan particularmente a la oferta del destino y de forma permanente las sugerencias hechas por los visitantes.

\* \*

TOTAL 5.4. Relación con los proveedores de la oferta turística del destino

### 5.5. Comunicación y comercialización de la oferta turística en el servicio de información y acogida

1) Se definen las estrategias y programas de comunicación y comercialización conjuntamente con los profesionales de la oferta turística del destino. Se reflejan las acciones (en un acta o similar) y el calendario de actuaciones a seguir.

\* \*

TOTAL 5.5. Comunicación y comercialización de la oferta turística en el servicio de   
información y acogida

### 5.6. Estudios y estadísticas

1) La Oficina de Información Turística lleva a cabo el estudio de sus visitantes atendiendo a los siguientes datos:

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados).

- a. Número de usuarios por periodos
- b. Perfil del usuario
- c. Procedencia
- d. Tipo de información demandada y servicios demandados
- e. Segmentación de la demanda por motivación principal

\* \* \* TOTAL 1) La Oficina de Información Turística lleva a cabo el estudio de   
sus visitantes atendiendo a los siguientes datos:

2) Los resultados del estudio de visitantes son comunicados a los profesionales del destino periódicamente (anualmente) y se utilizan para que los profesionales puedan plantear correctamente sus acciones particulares de comunicación y comercialización (Véase punto 5.5).



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

\* \*  X

3) Se facilita a las instituciones, organismos y a las empresas del destino la realización de trabajos estadísticos en los servicios de información y acogida de la oficina de información turística, pudiendo los primeros acceder a su desarrollo, dar soporte a su realización y/o encargarse de la elaboración de los mismos.

\* \*  X

4) Se realiza un informe anual que recoge los datos manejados en cuanto a la demanda y la oferta de destino. Este informe incluye número de plazas de alojamientos por tipologías y categorías, visitantes a los atractivos turísticos y eventos y nivel de tasa de ocupación.

\* \* \*  8

5) Tanto los resultados del estudio de los visitantes como el análisis de la oferta y demanda del destino se hacen constar en la memoria.

\* \* \*  8

**TOTAL 5.6. Estudios y estadísticas**  8,6667

### 5.7. Servicios institucionales

(Algunos requisitos han sido evaluados en el punto 4.2)

1) Se dispone de una base de datos con toda la información permanentemente actualizada donde se especifican los detalles de los servicios anteriores: responsabilidades y normas de funcionamiento, condiciones del servicio y horarios.

\* \*  7

**TOTAL 5.7. Servicios institucionales**  7

### Muestreo realizado en el Aprovechamiento y Marketing.

Se verifica MEMORIA ANUAL DE 2014, las distintas actividades y reuniones con los agentes locales y proveedores turísticos. Se comprueba la gestión de éste área a través de distintos documentos como: - Inventario del material del Almacén a Diciembre de Junio 2015 - Inventario del material de la Oficina mensual para la oficina central y los distintos puntos de información turística PIT. Es conveniente mejorar la sistemática de gestión de stocks mínimos establecida actualmente para evitar la indisponibilidad de folletos o material de información turística en determinados momentos. Se dispone de una base de datos de toda la oferta turística de la ciudad y



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

alrededores en continua actualización. Se verifica listado de PROVEEDORES de servicios de oferta turística y otros, actualizado en el documento REGISTRO DE PROVEEDORES 2014.xlsx Se pudo comprobar el análisis estadístico de los visitantes de la OIT en el documento "08.- Informe Estudios de Satisfacción 2014.pdf" donde entre otros aspecto se comenta que el número total de usuarios de la Oficina Municipal de Turismo durante el año 2014 hubo 1.711.511 visitas Las informaciones más demandadas han sido: información sobre visitas guiadas, turismo cultural, turismo familiar, gastronomía, fiestas, callejeros, horarios y medios de transportes, alojamiento y turismo de sol y playa, entre muchas otras.

#### Descripción y comentarios relativos al Aprovevisionamiento y Marketing

La gestión del departamento se considera correcta y eficaz para cumplir con la legislación y los requisitos de la norma Es conveniente mejorar la sistemática de gestión de stocks mínimos establecida actualmente para evitar la indisponibilidad de folletos o material de información turística en determinados momentos. Se evidencia un plan de modernización de imagen corporativa y equipamiento de los PIT

**TOTAL 5. APROVISIONAMIENTO Y MARKETING** 8,037

## 6. INFRAESTRUCTURAS Y MANTENIMIENTO

### 6.1. Responsabilidades

**1) Están designadas por la dirección una o varias personas que tienen como misión supervisar que se cumpla con los requisitos establecidos en esta norma en materia de infraestructuras y mantenimiento.**

\* \* \* 8

**TOTAL 6.1. Responsabilidades** 8

### 6.2. Requisitos del servicio

(Algunos requisitos han sido evaluados en los puntos 3.9.1.2 y 6.4.6)

**1) Existe un servicio de mantenimiento (interno o externo) que asegura el correcto funcionamiento de todos los equipos y la rapidez en la reparación de averías. En el caso de servicio externo existe un contrato con las especificaciones de prestaciones y responsabilidades.**

\* \* \* 8

**TOTAL 6.2. Requisitos del servicio** 8

### 6.3. Acceso a la oficina de información turística



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

1) La Oficina de Información Turística es de fácil acceso y localización, independientemente del tipo de transporte utilizado (medición a través de indicador).

\* \*

2) Se encuentra justificada la situación de las instalaciones, número, y las tipologías de servicio en función de la demanda y los usos. (Véase también punto 6.4.1 de la Norma).

\* \* \*

3) Los lugares de ubicación están situados teniendo en cuenta las siguientes localizaciones:

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados).

a. Centro de la población

b. Puntos de interés turístico

c. Estaciones de transporte

d. Principales vías de entrada

\* \* \* TOTAL 3) Los lugares de ubicación están situados teniendo en cuenta   
las siguientes localizaciones:

4) La Oficina de Información Turística se encuentra señalizada desde cualquier red de transporte.

\* \* \*

5) Existe una señalización para automovilistas desde las entradas y salidas del destino diferenciada de la de peatones (en caso necesario).

\* \*

6) Se dispone de un diseño estandarizado para la señalización de la Oficina de Información Turística.

\* \* \*

7) En todos los documentos informativos que el destino produce hay indicaciones de ubicación de la Oficina, así como en los planos situados en la calle.

\* \* \*



CALIDAD TURÍSTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

**8) Se asegura la señalización del área de estacionamiento o aparcamiento cercano a las instalaciones de los servicios.**

\* \*

**TOTAL 6.3. Acceso a la oficina de información turística**

### 6.4. Condiciones del soporte físico

#### 6.4.1. Infraestructuras y equipamientos

**1) Las infraestructuras de la Oficina de Información Turística cuentan con unas condiciones adecuadas para asegurar la correcta prestación del servicio (amplitud, iluminación, mobiliario, etc. conforme a las necesidades).**

\* \* \*

**2) Se cumple con la legislación de eliminación de barreras arquitectónicas aplicable, con las salvedades que aplique en caso de edificios con protección (debidamente acreditadas).**

\* \* \*

3) Se encuentran identificadas y suficientemente amuebladas y señalizadas cada una de las zonas/espacios con los que debe contar una oficina:

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems no contemplados).

a. Zona de acogida

b. Zona de información

c. Zona de consulta y autoservicio

d. Zona de trabajo interno y espacio para administración y gestión

e. Zona para grupos (caso de no disponer de esta zona por falta de espacio se puntuará aquí la existencia de un procedimiento de atención a grupos).

\* \* **TOTAL 3) Se encuentran identificadas y suficientemente amuebladas y**   
señalizadas cada una de las zonas/espacios con los que debe contar una oficina:

**TOTAL 6.4.1. Infraestructuras y equipamientos**

#### 6.4.2 Sistemas de calefacción y refrigeración



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

1) La zona de atención al público se encuentra climatizada y tiene un sistema de capacidad de renovación de aire. (En aquellas zonas geográficas donde la temperatura media anual supere los 20° C, ésta será considerada una variable de \*\*\*)

\* \*

TOTAL 6.4.2 Sistemas de calefacción y refrigeración

### 6.4.3 Limpieza

1) Se dispone de un plan de limpieza documentado con limpieza diaria para mobiliario y suelos y semanal para cristales, en su caso. Los aseos de uso público, en caso de que se disponga de éstos, se limpian como mínimo dos veces al día.

\* \*

2) Las instalaciones (externas e internas) se encuentran en perfecto estado de orden y limpieza, atendiendo a lo especificado en la norma.

\* \* \*

TOTAL 6.4.3 Limpieza

### 6.4.4 Mantenimiento

1) Se dispone de un libro de averías, donde se deja constancia de éstas. (El tiempo de reparación de las averías puede evaluarse con el correspondiente indicador).

\* \*

2) Se dispone de un espacio de almacén para guardar material de mantenimiento. El almacén se encuentra en buen estado de orden y limpieza.

\* \*

3) Existe un plan de mantenimiento preventivo (véase mecanismos de control) donde se hacen constar las inspecciones y revisiones de obligado cumplimiento. Se anota en el mismo la fecha de inspección y resultado de la misma, adoptando las medidas correctoras correspondientes en caso de necesidad.

\* \* \*

TOTAL 6.4.4 Mantenimiento

### 6.4.5 Tecnologías de la información

1) La Oficina dispone, con uso exclusivo, de:



## CHECKLIST DE AUDITORÍA

### Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

(En caso de no disponer de alguno de éstos y aunque la puntuación global sea superior a 6, deberá levantarse una no conformidad por aquellos ítems de que no dispone).

- a. Teléfono con contestador automático e indicador de espera (preferiblemente música, según punto 4.4.1).
- b. Fax con línea independiente
- c. Equipo informático que permite utilizar las tecnologías de la información
- d. Línea de comunicaciones independiente para Internet, atendiendo a las características indicadas en la norma
- e. Fotocopiadora de uso propio

\* \* \* TOTAL 1) La Oficina dispone, con uso exclusivo, de:

2) Los equipos informáticos disponen como mínimo, de programas de bases de datos, tratamiento de textos, hojas de cálculo y tratamiento estadístico.

\* \*

3) Existe un plan de mantenimiento de equipos y programas informáticos, que se lleva a cabo.

\* \*

TOTAL 6.4.5 Tecnologías de la información

#### 6.4.6 Seguridad

1) Se realizan las revisiones exigidas, incluidas las reglamentarias y se conservan los certificados como registros de calidad. Las inspecciones se han superado satisfactoriamente, incluidas las relativas a los sistemas de emergencia y contra incendios (se custodia el albarán anual).

\* \* \*

TOTAL 6.4.6 Seguridad

TOTAL 6.4. Condiciones del soporte físico

**Muestreo realizado en las Infraestructuras y Mantenimiento (instalaciones, equipamientos, inspecciones, otros registros, etc.)**

Se verifica el Plan de MTO con sus correspondientes acciones planificadas de limpieza de equipos informáticos , copias de seguridad, extintores, aspecto de la instalación , A/C, etc Se verifica PLAN DE LIMPIEZA con distintos



CALIDAD TURISTICA

## CHECKLIST DE AUDITORÍA Centro de Turismo de la Casa de la Panadería (CENTRAL)

registro del personal de ayto , comprobándose los de distintos meses de 2015 de limpieza de suelos , mobiliario, aseos y cristales, entre ellos de Juani Se verifica certificado de revisión anual de la instalación de contraincendios por la empresa TP TECMANPROTECCIÓN con nº MCPI-490 de 01/09/2015 Se verifica certificado de inspección Favorable de ascensores de fecha 18/09/15 por la OCA ATISAE con nº acta de EV-AS/7063/14-2/1 Se verifica parte de tratamiento nº 0087 de DDD de FUMIPLAGAS CONTROL, S.L. de fecha de 29/09/15 con tratamiento de desinsectación con biocida y otros tratamientos en distintas fechas Se verifica certificado de inspección de la instalación de Baja Tensión Favorable de fecha 29/09/15 por la OCA REVISA con nº acta de BT-EX-FAS-15-0450

### Descripción y comentarios relativos a las Infraestructuras y Mantenimiento

La gestión del departamento se considera correcta y eficaz para cumplir con los requisitos de la norma. Sería necesario de disponer en el área de calidad de la OIT una planificación de las inspecciones reglamentarias aplicables a las instalaciones

**TOTAL 6. INFRAESTRUCTURAS Y MANTENIMIENTO**

## 7. USO DE MARCA

### 7. USO DE MARCA

*Preguntas no aplicables a auditorías de certificación. Puntúe 0 si no cumple o 1 si cumple. En todo caso, no afectará a la puntuación total del expediente.*

**1) El uso de la Marca se hace conforme a los criterios establecidos en el MCE-REG-01-CER-07 Reglamento General para la Certificación de Servicios Turísticos, ANEXO I Manual de Imagen Corporativa.**

\* \* \*

**2) El uso de la Marca no da lugar a error o engaño respecto al alcance de la certificación (ej: no se utiliza a cadenas, empresas o grupos vinculados al establecimiento certificado y para el que previamente se había definido un alcance en la auditoría).**

\* \* \*

**TOTAL 7. USO DE MARCA**

**TOTAL 7. USO DE MARCA**

**TOTAL Formulario**