

# Calidad Turística Hoy

[RSS | Contacto](#)

[PORTADA](#)

[NORMALIZACIÓN](#)

[CERTIFICACIÓN](#)

[FORMACIÓN](#)

[PROMOCIÓN](#)

[NOTICIAS](#)

[MULTIMEDIA](#)

Buscar:

Edita **Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)**. Entidad de Certificación de Sistemas de Calidad especialmente creados para empresas turísticas. Organismo español, privado, independiente, sin ánimo de lucro y reconocido en todo el ámbito nacional. \_

## Noticias

[« volver al listado de noticias](#)

[NORMAS - TIEMPO COMPARTIDO](#)

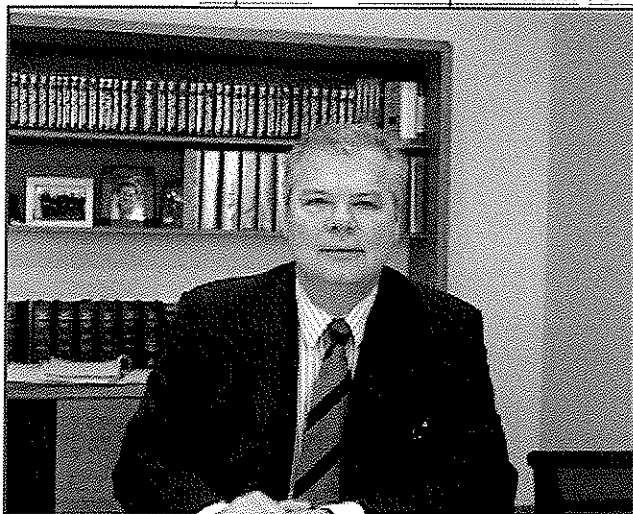
Entrevista a Francisco Lizarza, Presidente de RDO España

### **Calidad y Confianza, el sector de Tiempo compartido apuesta más que nunca por estos conceptos**

El Sector de Tiempo Compartido se encuentra más comprometido que nunca. El último trabajo realizado ha sido la redacción de una norma voluntaria circunscrita a la obtención de la Marca Q de Calidad Turística.

Se trata de la norma UNE 185001:2009, la cuál establece los requisitos que deben cumplir los establecimientos dedicados al aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico en cuanto a los servicios prestados, sus procesos empresariales así como el mantenimiento de las unidades, sus instalaciones y equipamientos. Aplica tanto a aquellos establecimientos constituidos como régimen preexistente a la legislación vigente específica del sector, como a aquellos constituidos con posterioridad (ex novo).

28/06/2010  imprimir  enviar por e-mail [A+](#) [A-](#)



Francisco Lizarza, Presidente de RDO España

1 de 1 fotografías

España es el país Europeo con mayor número de complejos de tiempo compartido, generando más de 60.000 empleos.

Es por tanto un producto de efectiva fidelización y que supera la estacionalidad.

Aspectos como el sistema de gestión de la calidad, gestión ambiental, requisitos sobre seguridad y prevención de riesgos se unen a los propios de prestación de servicios como el alojamiento, la restauración o la animación, por ejemplo, para garantizar al cliente un servicio de calidad y sobre todo transparencia en el mercado.

RDO es una organización de ámbito internacional que representa a la industria europea de tiempo compartido y otros productos de vacaciones similares. Una de sus misiones es la de promover las buenas prácticas en el sector para beneficio de los consumidores y de sus miembros. Con este objetivo colabora tanto con las administraciones públicas, como con las organizaciones y organismos de protección a consumidores.

Uno de sus primeros pasos fue la normalización voluntaria de su sector, a través de la norma Q de Calidad Turística, que desde hace unos meses ya cuenta con rango UNE, y que se ha conseguido gracias al esfuerzo de todo el sector.

El sector de Tiempo Compartido ha ido marcando la pauta para que los empresarios tengan una norma a medida, que les aporta no tan solo una herramienta empresarial, si no una garantía de prestación de servicio a sus usuarios.

### Entrevista a Francisco Lizarza, Presidente de RDO España

**Es cada vez más habitual que durante las vacaciones, los complejos hoteleros o los mismos hoteles, nos ofrezcan adquirir un Tiempo Compartido en su propiedad. ¿Qué significa este concepto?**

El tiempo compartido o aprovechamiento por turno es una nueva forma de disfrutar alojamientos en complejos turísticos, como los hoteles.- Ambos son servicios de alojamientos turísticos plenamente compatibles y que compartiendo unas mismas instalaciones maximizan unos mismos recursos. Los clientes tradicionales de hotel y los de tiempo compartido son similares, pero requieren formas de ocupación y de más larga duración- y alojamientos diferentes.- Es una oportunidad para los hoteleros captar estos clientes que reclaman esta nueva modalidad alojativa, con una inversión sustancialmente menor a la que requeriría un complejo singular de aprovechamiento por turno.

### **¿Cómo funciona y cuáles son sus ventajas y desventajas?**

Lo que el cliente de este servicio de alojamiento "consume" es el disfrute de un periodo anual –en la mayoría de los casos una semana- en un alojamiento en un complejo turístico, que normalmente reúne unas características especiales por la mayor duración del tiempo de ocupación y que además repite en años posteriores.

La gran ventaja para el empresario turístico es que obtiene el precio de ocupación por todo el tiempo que dura el contrato (de uno a cincuenta años) por adelantado y además el usuario debe pagar anualmente el servicio complementario prestado.

Es por tanto un producto de efectiva fidelización y que supera la estacionalidad.

La desventaja es que requiere una organización compleja y sumamente profesional; pero evidentemente las ventajas son mucho mayores.

La ventaja para el cliente es el menor precio que a largo plazo paga y la posibilidad –casi en todos los casos- de intercambiar su derecho de ocupación en miles de alojamientos similares en prácticamente todos los países del mundo, sin tener que pagar nuevamente el servicio de alojamiento y con tan sólo una módica cuota a la red de intercambio internacional.

Nuestra sugerencia al consumidor desde RDO, es siempre que, antes de adquirirlo, se asegure de que esta fórmula de vacaciones se adapta a sus expectativas de ocio.

### **¿Qué es lo que el turista debe saber antes de adquirir una propiedad vacacional?**

Lo fundamental es que el consumidor sepa que es un producto perfectamente regulado, y que el contrato debe incluir por ley, un contenido mínimo. Entre otras cosas es importante que conozca que existe un período de reflexión de 10 días (que la Directiva que entrará en vigor en 2011 aumentará a 14). Durante ese período puede solicitar toda la información adicional que considere oportuna y, si no está de acuerdo, puede cancelar el contrato si alegar ningún motivo y sin ningún gasto.

Yo haría además otra recomendación y es que el promotor esté afiliado a nuestra organización empresarial europea RDO, que obliga a sus asociados a actuar conforme a un código de conducta estricto.

### **□ ¿Cuál es el motivo que os llevó a elaborar una norma de calidad turística para el sector?**

Los complejos de tiempo compartido siempre se han caracterizado por tener unos estándares altos de calidad, ya que así lo exigían los clientes y las redes de intercambio, que son las verdaderas catalizadoras de este producto. Lo que se pretende con esta nueva norma es que ésta sea ahora una calidad certificada. Creo que el tiempo compartido no puede quedarse fuera de los otros 19 subsectores turísticos que cuentan con una norma específica de calidad.

### **¿Existen varias modalidades a la hora de adquirir un inmueble en la modalidad de Tiempo Compartido?**

Efectivamente. El tiempo compartido es un producto dinámico e innovador. Existe el tiempo compartido tradicional, que hemos descrito al principio de la entrevista y que te da el derecho a disfrutar, durante una o varias semanas, del alojamiento y servicios de ocio que ofrecen el complejo en el que has adquirido el derecho.

Pero en los últimos años han surgido también los “Fraccionales”, en los que se adquieren no semanas, sino siempre más de un mes. Su estructura legal es similar a la del tiempo compartido, pero está pensado para otro tipo de usuarios. El alojamiento también suele tener distintos servicios e instalaciones.

Otro producto es el “Club Privado Residencial”, que ofrece alojamiento de ocupación similar a los fraccionales en cuanto a la duración del período, pero que se diferencian por la singularidad y lujo de sus inmuebles (villas, palacetes), ubicados en lugares exclusivos y con instalaciones y servicios muy especiales.

No podemos olvidar tampoco el “Condo – hotel”, en el que el cliente invierte en un hotel u hotel – apartamento, que es gestionado en su conjunto por una empresa especializada de explotación hotelera a la que se le cede el alojamiento. En contraprestación se percibe una renta, y el derecho a disfrutarlo durante un número específico de semanas. Suelen ser hoteles de lujo en lugares exclusivos.

### **¿Cómo valora el sistema tanto de gestión interna como de servicio al cliente que ofrece la “Q”?**

#### **¿Cree que este sector necesitaba una autorregulación así?**

Como he comentado anteriormente, el concepto tiempo compartido y calidad han ido unidos desde el principio. El sector tiene su propia regulación en cuanto a los estándares de calidad, y por poner un ejemplo las mismas compañías de intercambio valoran y conceden distinciones de calidad a partir de los cuestionarios que rellenan los clientes después de su estancia en los complejos.

Esta norma sin duda va a ayudar a los complejos a establecer un proceso de mejora continua que se traducirá en una mayor satisfacción del cliente. Que puedan utilizar la “Q” como un elemento de promoción y comercialización, es también una ventaja evidente.

#### **¿Creéis que hay intrusismo en el sector?**

El sector ha sufrido en los últimos años y todavía sufre por la aparición de productos que sin ser tiempo compartido, y por lo tanto sin contar con la protección legal que este producto ofrece, intentan confundir al cliente con descuentos en las futuras vacaciones (curiosamente también por un período de 20 o 30 años). Son los llamados Clubes de descuento de vacaciones, que como digo nada tienen que ver con nuestro sector.

Erradicar este tipo de prácticas irregulares, es uno de los objetivos principales de RDO, compartido con las autoridades nacionales y locales con la que colabora estrechamente.

### **En líneas generales, ¿qué ha supuesto el paso de OTE a RDO y qué ventajas o garantías ofrece esta organización tanto a sus miembros como a los consumidores?**

Las transición de OTE a RDO ha supuesto únicamente un cambio de denominación que pretende reflejar la entrada en el mercado de los nuevos productos de ocio compartido a los que me he referido anteriormente, y que recuerdo son: “Fraccionales”, Clubes Privados Residenciales y “Condo -hoteles”. Los objetivos, el compromiso, el equipo directivo y los miembros de RDO son exactamente los mismos.

ETIQUETAS: [tiempo compartido](#),

[« volver al listado de noticias »](#)



VER EDICIONES ANTERIORES

## **Agenda ICTE**

« JUN Julio 2010 AGO »

**L M M J V S D**

1 2 3 4

5 6 7 8 9 10 11

12 13 14 15 16 17 18