

# 58

Fecha de presentación: febrero, 2023

Fecha de aceptación: abril, 2023

Fecha de publicación: junio, 2023

## ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS

PARA IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA DEL HOTEL MERAKI

### ANALYSIS AND STRATEGIES TO IMPLEMENT A TOURISM QUALITY MANAGEMENT SYSTEM FOR THE MERAKI HOTEL

Paulina Elizabeth Salas Medina<sup>1</sup>

E-mail: [ua.paulinasalas@uniandes.edu.ec](mailto:ua.paulinasalas@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7541-668X>

Emmanuel Alejandro Paz Villegas<sup>1</sup>

E-mail: [ta.emmanuelapv99@uniandes.edu.ec](mailto:ta.emmanuelapv99@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1217-4256>

<sup>1</sup> Universidad Regional Autónoma de Los Andes Ambato. Ecuador.

#### Cita sugerida (APA, séptima edición)

Salas Medina, P. E. & Paz Villegas, E. A. (2023). Análisis y estrategias para implementar un sistema de gestión de calidad turística del hotel Meraki. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 516-525.

#### RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo el diagnóstico de la calidad turística del Hotel Meraki y proponer de soluciones y estrategias para diseñar un sistema de calidad turística en función de mejorar la satisfacción de los huéspedes. Se identificaron deficiencias relacionadas con la atención al cliente, la infraestructura, los servicios y la gestión de calidad. Se utilizó un enfoque metodológico mixto, al combinar encuestas cuantitativas y entrevistas cualitativas. Los resultados revelaron áreas de mejora, como la capacitación del personal, la actualización de la infraestructura y la implementación de prácticas de gestión de calidad. Se propusieron soluciones y estrategias para abordar estas deficiencias y se concluyó que obtener la certificación de un organismo externo reconocido puede aumentar la competitividad del hotel. Se enfatiza la necesidad de implementar las recomendaciones para garantizar una experiencia de calidad y cumplir con los estándares requeridos, de modo que pueda lograr mejorar la satisfacción de los clientes de este hotel y, en consecuencia, contribuir al fortalecimiento del sector turístico en la región.

**Palabras clave:** Calidad turística, Ministerio de Turismo. diagnóstico de calidad, mejora competitiva.

#### ABSTRACT

The objective of this study is to diagnose the tourist quality of the Meraki Hotel and propose solutions and strategies to design a tourist quality system in order to improve guest satisfaction. Deficiencies related to customer service, infrastructure, services and quality management were identified. A mixed methodological approach was used, combining quantitative surveys and qualitative interviews. The results revealed areas for improvement, such as staff training, infrastructure upgrades, and implementation of quality management practices. Solutions and strategies were proposed to address these deficiencies and it was concluded that obtaining certification from a recognized external body can increase the competitiveness of the hotel. The need to implement the recommendations to guarantee a quality experience and meet the required standards is emphasized, so that it can improve the satisfaction of the clients of this hotel and, consequently, contribute to the strengthening of the tourism sector in the region.

**Keywords:** Tourism quality, Ministry of Tourism. quality diagnosis, competitive improvement.

## INTRODUCCIÓN.

Todas las empresas ya sean grandes medianas o pequeñas, buscan conseguir siempre la más alta calidad (camino hacia la satisfacción del cliente) es importante para poder competir ante las empresas hoteleras, ofrecer mayor garantía y seguridad al cliente, se debe mejorar los servicios de calidad. La Organización Mundial de Turismo, ha hecho un especial reconocimiento y destaca en el sector turístico, la certificación de la calidad a través de procesos técnicos y estandarizados adquiere una gran importancia.

El Instituto para la Calidad Turística de España (ICTE) ha desarrollado un trabajo destacado en este ámbito, a través de la Marca "Q" de Calidad, con el aval del Gobierno de España, quien es el propietario de este distintivo que gestiona el Instituto. La función que ha desarrollado el ICTE durante años al certificar a miles de establecimientos españoles es un ejemplo vanguardista de la actividad turística a nivel mundial.

La marca "Q" de Calidad se ha convertido en una referencia para los turistas que buscan alojamiento y servicios turísticos de alta calidad. Además, esta certificación es un incentivo para los empresarios turísticos, que ven en ella una herramienta valiosa para mejorar la calidad de sus servicios y aumentar su competitividad en un mercado cada vez más exigente. En resumen, la certificación de la calidad a través de procesos técnicos y estandarizados es fundamental en el sector turístico, y la Marca "Q" de Calidad del ICTE es un ejemplo sobresaliente de su importancia y eficacia en el ámbito internacional.

En el contexto actual, donde las referencias personales y las opiniones en redes sociales tienen una gran relevancia, la calidad se vuelve aún más importante para las empresas relacionadas con el sector turístico. En este ámbito, la reputación de un negocio se construye a través de la experiencia de los clientes, quienes no solo valoran los servicios ofrecidos, sino también la calidad de la atención al cliente y el cumplimiento de sus expectativas.

Por lo tanto, es crucial que las empresas turísticas se centren en mejorar continuamente la calidad de sus servicios y productos, lo que les permitirá mejorar su posicionamiento en el mercado y aumentar su rentabilidad. Para ello, es necesario implementar sistemas de gestión de la calidad (Ruiz-Torres et al., 2015), que permitan identificar los requisitos y expectativas de los clientes y desarrollar procesos estandarizados que aseguren la satisfacción de estos.

Por esta razón son cada vez más, los hoteleros dispuestos a implantar un sistema de gestión de calidad que les

ayude a seguir los procedimientos adecuados para una mejora continua dentro de la empresa o establecimiento turístico.

Aunque para implementarlo debe estar en estrecha relación con las normas ISO relacionadas con el tema de calidad turística y su relevancia para que el Hotel Meraki logre un estándar alto entre hoteles. Ejemplo de ello se tienen algunas que se identifican en este sector:

- ISO 9001: Esta norma establece los requisitos para un sistema de gestión de calidad. La implementación de la ISO 9001 en el Hotel Meraki permitirá establecer procesos eficientes y consistentes que contribuyan a mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.
- ISO 14001: Esta norma se enfoca en la gestión ambiental. Al obtener la certificación ISO 14001, el Hotel Meraki demostrará su compromiso con la sostenibilidad y la reducción de impactos ambientales, lo que puede ser un factor importante para atraer a turistas que valoran la responsabilidad ambiental.
- ISO 22000: Esta norma está relacionada con la gestión de la seguridad alimentaria. Como parte de la experiencia turística, la calidad de los servicios de alimentos y bebidas es crucial. La implementación de la ISO 22000 en el Hotel Meraki garantizará prácticas seguras en la manipulación de alimentos, lo que contribuirá a la satisfacción y seguridad de los huéspedes.
- ISO 50001: Esta norma se enfoca en la gestión de la energía. Al adoptar la ISO 50001, el Hotel Meraki podrá identificar oportunidades de mejora en el uso de la energía y establecer medidas para optimizar su eficiencia energética. Esto no solo puede generar ahorros económicos, sino también mejorar su imagen como un hotel comprometido con la sostenibilidad.
- ISO 10002: Esta norma se centra en la gestión de la satisfacción del cliente y la resolución de quejas. Al implementar la ISO 10002, el Hotel Meraki podrá contar con un proceso estructurado para gestionar las quejas y comentarios de los clientes, lo que ayudará a mejorar la calidad de los servicios y fortalecer la relación con los huéspedes.

La Marca Q representa un distintivo de calidad certificada para cualquier actividad relacionada con los servicios o productos turísticos. Esta marca garantiza el cumplimiento de una serie de normas estandarizadas que aportan diferenciación, prestigio, confiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados. La obtención de la certificación Q, otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) (del Cid, 2018), implica un reconocimiento por parte de la industria y de los consumidores, y constituye una herramienta valiosa para la mejora continua de la calidad en el sector turístico.

En la actualidad, la tecnología ha revolucionado la manera en que se mide la satisfacción del turista en los establecimientos hoteleros, gracias a la implementación de aplicaciones web específicas. La información obtenida a través de estas herramientas se convierte en la base fundamental para la implementación de procesos de mejora continua en la calidad de los servicios ofrecidos.

La implementación, planificación y aseguramiento de un sistema de gestión de calidad en el sector turístico es un proceso que requiere el cumplimiento de diversas etapas, las cuales se deben desarrollar en un periodo de tiempo específico. Esto dependerá del tamaño y la complejidad de los subprocesos que se ejecutan en el centro hotelero o establecimiento turístico. El establecimiento de un sistema de gestión de calidad adecuado contribuirá a una mejora significativa en la calidad de los servicios y, por ende, a la satisfacción del turista.

Los establecimientos avalados por el sello "Q" de Calidad Turística han pasado por auditorías que aseguran que su prestación de servicio es garantía de calidad, seguridad y profesionalidad. Todo ello para asegurar a los clientes la mejor experiencia turística posible, como parte del trabajo conjunto entre el sector público y privado que apunta a convertir a Ecuador en Potencia Turística. (Ecuador. Ministerio de Turismo, 2015)

El servicio al cliente es el factor principal en la operación de un hotel y representa uno de los principios fundamentales del sistema de gestión de calidad en este sector. Los sistemas de calidad son esenciales para garantizar el óptimo desarrollo de un hotel o establecimiento turístico, así como para la mejora continua de la cadena de servicios y la satisfacción de los clientes internos y externos, así como de otros grupos que están directamente relacionados con ellos. Los sistemas de calidad se enfocan en los procesos críticos para el negocio y deben ser planificados, implementados, monitoreados y mejorados constantemente para asegurar que los estándares de calidad se cumplan en todo momento.

Baños de Agua Santa tiene una gran diversidad de productos turísticos estructurados (Herrera y Rodríguez, 2016), ya sea religioso, medicinal, deportes extremos, aventura y naturaleza. El destino posee paisajes únicos del Ecuador y goza de un agradable clima, es necesario que los productos y servicios obtengan procesos de calidad que permitan al cliente, en su estadía experimentar y disfrutar de una nueva y mejor forma su tiempo de ocio. De modo que se tome en cuenta que el turismo se basa en experiencias (Bosquez et al., 2022), si sus productos son de segunda categoría la clientela enseguida buscará

los que se consideran de primera. (Gobierno Autónomo Municipal de Baños de Agua Santa, 2018).

Baños de Agua Santa al igual que todo destino turístico del Ecuador se ha visto afectado debido a la emergencia sanitaria, al tener que cerrar sus establecimientos por aproximadamente 4 meses. En los últimos meses se ha comenzado la reapertura de los establecimientos turísticos incluidos los de alojamiento, poco a poco retornan los visitantes y turistas al cantón Baños de Agua Santa y con ello se reactiva las actividades económicas dentro de los hoteles de la ciudad.

De ahí que el hotel Meraki al formar parte de esta diversidad de servicios turísticos de Baños de Agua Santa, tiene que preocuparse prioritariamente por la calidad percibida por parte de los clientes, ya que mediante su satisfacción se logra un mayor segmento de mercado a través de las recomendaciones verbales e inclusive mediante las redes sociales, lo que actualmente es una referencia muy importante si se considera lo ya expuesto.

El Hotel Meraki, ubicado en Baños de Agua Santa, ha sido uno de los establecimientos turísticos afectados por la pandemia de COVID-19. Sin embargo, en los últimos dos meses, ha procedido a la reapertura de sus instalaciones para ofrecer servicios de alojamiento a sus clientes.

Bajo esta situación el hotel plantea la necesidad de ofrecer un servicio de calidad para mejorar la satisfacción de sus clientes. Sin embargo, no tiene estandarizados sus servicios, lo cual no permite evaluar la calidad del mismo. Además, no cumple en totalidad con estándares de calidad que permita medir la satisfacción del cliente y con el desconocimiento de un sistema de calidad que permita evaluar el servicio, por lo tanto, una mejora continua del mismo. Se considera como formulación del problema a investigar: ¿Cómo está vinculada la satisfacción del cliente con el diseño de un sistema de calidad Turística el hotel Meraki de la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua?

En vista de lo expuesto anteriormente, el objetivo principal de este estudio es el diagnóstico de la calidad turística del Hotel Meraki y proponer de soluciones y estrategias para diseñar un sistema de calidad turística en función de mejorar la satisfacción de los huéspedes, ubicado en la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. El propósito de este sistema es mejorar la satisfacción de los clientes de este hotel y, en consecuencia, contribuir al fortalecimiento del sector turístico en la región.

## MÉTODOS.

En el presente estudio sobre la calidad turística del Hotel Meraki se utiliza un enfoque metodológico mixto,

al combinar técnicas cuantitativas y cualitativas. En la parte cuantitativa, se aplican encuestas estructuradas a una muestra representativa de huéspedes para recopilar datos numéricos. En la parte cualitativa, se realizan entrevistas en profundidad a expertos en turismo y gestión de calidad para obtener impresiones y valoraciones sobre el sistema Q de calidad. Se emplea un diseño no experimental de tipo transversal en la modalidad cuantitativa, mientras que en la modalidad cualitativa se aplica un diseño de investigación-acción (Tramullas, 2020).

Para el desarrollo del estudio se requiere obtener información que guíe la toma de decisiones y mejorar los procesos de calidad en el hotel. La investigación tiene un alcance descriptivo y se enfoca en los huéspedes que se hospedaron en el hotel durante el año 2019. Se utiliza el método de muestreo aleatorio estratificado para seleccionar una muestra representativa de huéspedes extranjeros y nacionales. Además, se aplican métodos analíticos, sintéticos e inductivo-deductivos, así como el análisis documental y entrevistas con expertos. El estudio busca mejorar la satisfacción del cliente y desarrollar estrategias de calidad para el hotel Meraki.

## RESULTADOS.

Con base en la investigación realizada se pudo identificar que los huéspedes alojados en el hotel Meraki, son principalmente jóvenes (31%) y adultos jóvenes (38%). En cuanto al género, prevalece el femenino con un 51%; en cuanto a su educación formal el 61% tiene un tercer nivel de instrucción, un 44% un nivel secundario. La mayoría de los huéspedes, son nacionales en un 75%, por ello se infiere que el hotel es preferido, principalmente para turismo interno, y un 25% residentes extranjeros en su mayoría de América del sur (ver figura 1).

Se denota que el 61% de los huéspedes tiene un nivel de escolaridad de un tercer nivel es decir Universitario; por lo tanto, el usuario del hotel Meraki en su mayoría es una persona formada, por ende, con una mayor exigencia y conocimiento de calidad.



Figura 1. Lugar de Residencia de los huéspedes del Hotel Meraki.

Fuente: Autoría propia a partir de la investigación de campo (2021)

Luego de haber analizado los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a los huéspedes del Hotel Meraki, se puede inferir que este establecimiento es preferido principalmente por turistas nacionales. Por tanto, resulta relevante buscar una certificación que valide la calidad del hotel a nivel nacional. En este sentido, se sugiere considerar la obtención de la certificación Q de calidad.

En lo que respecta a los resultados de la encuesta, se observa que el 80% de los huéspedes encuestados manifestó que el Hotel Meraki fue su primera opción de alojamiento, mientras que el 20% restante optó por otra alternativa. En cuanto a la satisfacción con las tarifas, se evidencia que aproximadamente el 50% de los encuestados está muy satisfecho, un 40% está satisfecho y un 10% poco satisfecho (ver figura 2).

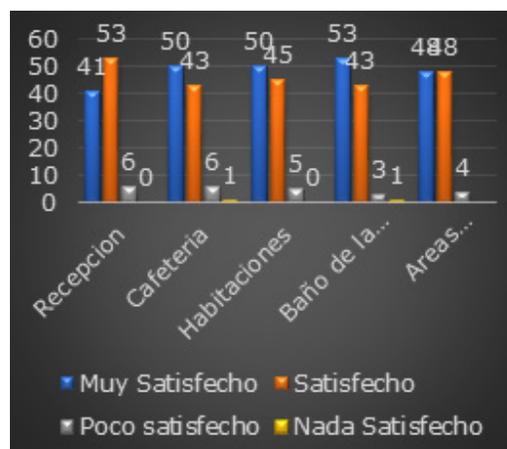


Figura 2. Instalaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo (2021).

En lo que respecta al tiempo de registro en el hotel, se constata que el 60% de los encuestados está muy satisfecho, el 35% está satisfecho y el 5% poco satisfecho. En relación a la seguridad, el 70% de los encuestados manifestó estar satisfecho y el 15% poco satisfecho. Estos resultados son relevantes para identificar fortalezas y oportunidades de mejora en la oferta de servicios del Hotel Meraki.

En relación a las instalaciones del hotel Meraki, se observó que el 10% de los huéspedes reportaron problemas de humedad, especialmente en días de lluvia. Asimismo, un 7% manifestó la falta de energía en pasillos y jardines, aunque esta situación fue resuelta de manera inmediata. Además, un 6% de los huéspedes manifestó la existencia de suciedad en los pasillos, específicamente polvo. Por otro lado, un 15% de los encuestados mencionó el ruido como un problema, debido a la ubicación del hotel en una zona muy transitada de la ciudad.

En cuanto a la ubicación del hotel, el 51% de los huéspedes se mostró muy satisfecho debido a que se encuentra en la avenida principal del centro de Baños de Agua Santa, con acceso a todos los atractivos turísticos. El 46% de los encuestados indicó estar satisfecho con la ubicación del hotel. En cuanto a la seguridad, el 65% de los huéspedes se encuentra muy satisfecho al momento de pagar con transferencia bancaria debido a que el hotel cuenta con un estricto sistema de control. Además, en relación a la seguridad en la habitación, el 51% de los huéspedes manifestó estar muy satisfecho, mientras que el 42% indicó estar satisfecho, esto se debe a la presencia de un guardia de seguridad en el hotel (ver figura 3).

En relación a las normas de bioseguridad para enfrentar el covid-19, el 53% de los encuestados manifestó estar muy satisfecho y el 43% se encuentra satisfecho debido a que el hotel proporciona gel, alcohol y toma la temperatura de cada huésped que ingresa. En general, los resultados de la encuesta sugieren que el hotel Meraki es preferido principalmente para turismo interno y se sugiere obtener una certificación nacional de calidad, específicamente la "Q de calidad", para mejorar su prestigio y confianza de los clientes.



Figura 3. Satisfacción de los siguientes ítems.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo (2021).

Los resultados presentados en la figura 3 demuestran la necesidad de mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por el Hotel Meraki. Por tanto, se recomienda que se tomen medidas para mejorar los aspectos en los que los huéspedes han reportado problemas o insatisfacciones, como el ruido y la humedad. Asimismo, se sugiere implementar medidas preventivas y correctivas para mantener la limpieza y el orden en las instalaciones del hotel, y garantizar la seguridad de los huéspedes en todas las áreas del establecimiento (ver figura 4). Los resultados también muestran la existencia de puntos de vista distintos entre las percepciones de los clientes y de los empleados de los hoteles, así como las expectativas y percepciones de los clientes acerca de los servicios ofrecidos (Dos-Anjos & De Abreu, 2009) (Santomá-Vicens & Costa, 2007).

Además, se recomienda enfocar los esfuerzos en mejorar la calidad del servicio al cliente, ya que los resultados indican que algunos huéspedes no están satisfechos con la atención recibida. Estas medidas deben ser implementadas con el fin de lograr la certificación Q de calidad, lo que puede mejorar la reputación y competitividad del hotel en el mercado turístico.

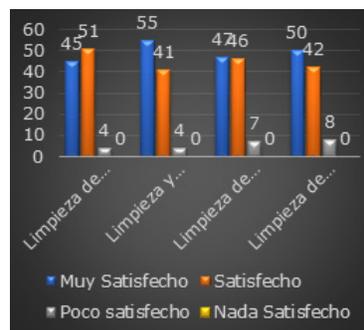


Figura 4. Satisfacción con respecto a la Limpieza de la habitación.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo (2021).

El análisis presentado en la figura 4 destaca la importancia de la limpieza en la satisfacción de los huéspedes y su influencia positiva en la obtención de la certificación Q de calidad. Se observa que el 42% de los huéspedes están muy satisfechos con el cambio de lencería de cama y el 55% se encuentra satisfecho. Además, el 53% de los huéspedes está muy satisfecho con la disponibilidad de jabón, shampoo y papel higiénico, y el 44% se encuentra satisfecho. Estos resultados reflejan una buena gestión en la limpieza y suministro de artículos de aseo personal por parte del hotel Meraki, lo que puede contribuir positivamente a la obtención de una futura certificación Q de calidad. En cuanto al ruido exterior el 9% está muy satisfecho, el 71% está satisfecho y un 18% está poco satisfecho ya que el hotel se encuentra en una zona central de la ciudad que es muy transcurrida. La ciudad de Baños de Agua Santa al ser un destino turístico muy visitado existe la presencia de ruidos exteriores, favorablemente el Hotel Meraki cuenta con Habitaciones en la parte posterior del establecimiento para los turistas que prefieren disfrutar de un momento de relajación y tranquilidad.

Los resultados de la investigación con respecto a las facilidades del Hotel arrojan que la mayoría de los huéspedes no presentaron ningún problema con la suciedad, basura acumulada o falta de energía de este establecimiento. Un pequeño porcentaje, en cuanto a las instalaciones del hotel un 5% de los huéspedes manifestó que existe problemas de humedad especialmente en los días de lluvia, un 10% manifestó la falta de energía en pasillos y jardines, un 6% manifestó existe suciedad en los pasillos específicamente polvo. En cuanto al 98% de los huéspedes se encuentra dispuesto a colaborar con el llenado de encuentras electrónicas para mejorar la calidad y el servicio del hotel Meraki, mientras que solo un 2% no está dispuesto a contribuir.

De acuerdo con las respuestas a la entrevista realizada al Ing. Ricardo Mg, quien es experto en el campo de empresas hoteleras y auditor para el modelo Q de calidad, se concluye que para obtener una certificación Q de calidad se debe como primer paso crear un comité interno. Este comité ya sea con el propietario del hotel, la recepcionista y una persona del departamento administrativo. Para definir los procesos se diseña una serie de pasos, en cuanto a la calidad se refiere y dar seguimiento a estos puntos. Además, es necesario que una vez implementada esta simbología, diseñar un mecanismo de comunicación y difusión para indicar a la ciudadanía que el hotel tiene esta certificación tanto a nivel nacional como internacional, el proceso en términos generales toma entre 8 a 12 meses y por la cantidad de recursos que demanda requiere un plan de priorización de las áreas a certificar.

La segunda entrevista realizada al Ing. Eduardo Calvache, Director Ejecutivo de la Cámara de Turismo; experto en el modelo Q de calidad. De acuerdo con las respuestas obtenidas, para lograr un sistema de calidad se requiere esfuerzo, al implementar factores que se ajustan a las circunstancias del hotel. Por tanto, es necesario tomar en consideración programas de formación y capacitación de gestión de calidad, sin dejar de lado como primer punto el análisis de la situación del establecimiento hotelero y sus distintos departamentos. Por consiguiente, con este sistema de calidad se obtiene una estrategia para mejorar los servicios de acuerdo con las necesidades de los visitantes. Los principales elementos que componen un sistema de calidad son: el liderazgo, la planificación, la evaluación y el desempeño y la mejora continua, sin dejar de lado un seguimiento constante para que los visitantes conozcan acerca de la certificación Q de calidad obtenida.

### **Soluciones y estrategias para mejorar la calidad turística del Hotel Meraki**

Para comenzar, es necesario evaluar los resultados del diagnóstico realizado previamente, que permitió identificar las áreas de mejora y las deficiencias en relación con los estándares del ICTE. Este análisis brinda una visión clara de los aspectos que requieren atención y proporciona una base sólida para proponer soluciones efectivas.

Una de las estrategias clave para mejorar la calidad turística del Hotel Meraki es el desarrollo de un plan de acción integral. Este plan debe abordar de manera específica cada una de las áreas identificadas como deficientes y establecer metas y plazos realistas para su mejora. Es importante involucrar a todos los niveles de la organización en la implementación de este plan, desde la alta dirección hasta el personal operativo, para garantizar un compromiso y una participación activa de todos los actores clave.

Entre las posibles soluciones que se pueden considerar se encuentran:

- Mejora de la infraestructura y las instalaciones: Identificar las áreas físicas del hotel que necesitan actualización o renovación, como habitaciones, áreas comunes, zonas húmedas y restaurantes. Realizar mejoras en la decoración, el mobiliario, la tecnología y los servicios ofrecidos para proporcionar una experiencia de calidad a los huéspedes.
- Capacitación y desarrollo del personal: Brindar programas de capacitación y formación continua al personal del hotel, con el objetivo de mejorar sus habilidades y conocimientos en áreas como atención al cliente, servicio de alimentos y bebidas, gestión de quejas y resolución de problemas. Un personal bien

capacitado y motivado puede marcar la diferencia en la calidad de servicio ofrecida.

- Implementación de sistemas de gestión de calidad: Establecer un sistema de gestión de calidad basado en los estándares del ICTE. Esto implica la creación de procedimientos y protocolos claros, la definición de indicadores de desempeño, la evaluación periódica de los procesos y la retroalimentación constante de los clientes. La certificación del ICTE es un objetivo clave, ya que, no solo valida la calidad del hotel, sino que también mejora su reputación y confianza en el mercado. De modo que podría incluirse como una meta a alcanzar a largo plazo.
- Fomento de la participación del cliente: Establecer mecanismos para recopilar y analizar la retroalimentación de los clientes, como encuestas de satisfacción, comentarios en línea y revisiones en redes sociales. Esta información es valiosa para identificar áreas de mejora y ajustar los servicios ofrecidos según las necesidades y expectativas de los clientes.
- Promoción y marketing efectivo: Desarrollar estrategias de promoción y marketing para destacar las mejoras realizadas en el hotel y comunicar la calidad turística alcanzada. Esto incluye el uso de canales digitales, redes sociales, colaboraciones con agencias de viajes y participación en ferias y eventos turísticos.

#### **Implementación de un sistema de gestión de calidad en el Hotel Meraki**

En general, para implementar un sistema de gestión de calidad en el Hotel Meraki en Baños de Agua Santa, Ecuador, debe considerar los siguientes aspectos:

- Planificación y diseño del sistema de gestión de calidad: El primer paso en la implementación de un sistema de gestión de calidad es la planificación y diseño adecuados. Esto incluye la identificación de los objetivos de calidad del hotel, la definición de los procesos clave y la elaboración de políticas y procedimientos claros. Es importante evaluar si el Hotel Meraki realizó esta etapa de manera efectiva, al tener en cuenta si se establecieron objetivos realistas y medibles, si se documentaron los procesos operativos y si se definieron indicadores de desempeño.
- Compromiso de la dirección: La participación activa y el compromiso de la dirección son fundamentales para el éxito de un sistema de gestión de calidad. La alta

dirección del Hotel Meraki debe haber demostrado un liderazgo efectivo, al asignar los recursos necesarios, al comunicar la importancia de la calidad y al promover una cultura de mejora continua. Es importante evaluar si la dirección del hotel se involucró activamente en la implementación del sistema de gestión de calidad y si proporcionó el apoyo necesario al personal.

- Participación del personal: El éxito de un sistema de gestión de calidad depende en gran medida de la participación y el compromiso del personal en todos los niveles de la organización. Es esencial evaluar si el personal del Hotel Meraki recibió la capacitación adecuada sobre el sistema de gestión de calidad, si se les proporcionó las herramientas necesarias para llevar a cabo sus funciones y si se fomentó la participación activa en la mejora de los procesos.
- Cumplimiento de estándares y requisitos: Un sistema de gestión de calidad eficaz se basa en el cumplimiento de estándares y requisitos establecidos, tanto internos como externos. Es importante evaluar si el Hotel Meraki cumplió con los estándares de calidad establecidos por la industria hotelera y si implementó las mejores prácticas recomendadas. Además, es relevante verificar si el hotel se sometió a auditorías internas y externas para evaluar el cumplimiento de los requisitos y si se tomaron medidas correctivas cuando fue necesario.
- Mejora continua: La mejora continua es un principio fundamental de un sistema de gestión de calidad. Es esencial evaluar si el Hotel Meraki implementó un proceso estructurado para identificar oportunidades de mejora, llevar a cabo acciones correctivas y preventivas, y monitorear el desempeño a través de indicadores clave de calidad. Asimismo, se debe analizar si se establecieron mecanismos para recopilar y gestionar las sugerencias y quejas de los clientes, así como si se utilizaron para impulsar mejoras en los servicios y procesos del hotel.

Otro punto a destacar constituye las herramientas utilizadas, estas deben de estar en sintonía con las normas ISO al permitir que el Hotel Meraki establezca un marco sólido de gestión de calidad en diferentes aspectos (ver tabla 1). De modo que pueda contribuir a alcanzar un estándar alto entre los hoteles y mejorar la experiencia turística de sus huéspedes.

Tabla 1. Herramientas para la gestión de calidad turística.

HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA		
<b>GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b> 1. Levantamiento de información de empresas. 2. Guía para la estructuración de procesos y procedimientos 3. Guía de gestión documentaria. 4. Filosofía empresarial. 5. Organización estratégica. 6. Guía base para establecer el presupuesto. 7. Guía base para el análisis financiero. 8. Guía para la definición de funciones del talento humano. 9. Procedimiento de selección y evaluación del talento humano. 10. Guía de inducción a colaboradores 11. Programa de capacitación. 12. Procedimiento de comunicación interna empresarial. 13. Guía para venta y fidelización del cliente. 14. Guía de atención al cliente. 15. Procedimiento de medición y evaluación de la satisfacción del cliente. 16. Procedimiento de mejora de producto. 17. Procedimiento para elaborar el plan de mejoras. 18. Programa de selección y evaluación de proveedores. 19. Guía para el manejo de seguridad alimentaria. 20. Procedimiento de manejo de áreas de almacenamiento. 21. Programa de inspección y mantenimiento. 22. Programa de limpieza y desinfección. 23. Programa de prevención de salud ocupacional. 24. Programa de control y prevención de riesgos. 25. Procedimiento de auditoría interna.	<b>GESTIÓN AMBIENTAL</b> 1. Procedimiento de manejo de recurso agua. 2. Procedimiento para manejo de energía. 3. Procedimiento de manejo de desechos sólidos. 4. Procedimiento para la cooperación de conservación de los recursos naturales.	<b>GESTIÓN SOCIOCULTURAL</b> 1. Vinculación al desarrollo local. 2. Fomento y respeto a las culturas y poblaciones locales. 3. Rescate y protección del patrimonio histórico cultural.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Ecuador. Ministerio de Turismo, 2015).

### Diseño de una metodología de certificación de calidad turística

Para diseñar una metodología de certificación de calidad turística Q que pueda implementarse en el hotel Meraki, se propone utilizar una metodología similar a la utilizada por el Ministerio de Turismo. Esta metodología se basa en el Manual para el correcto uso de las herramientas para la gestión de la calidad turística, el cual integra parámetros que son verificados y validados por un consejo de calidad.

Estos pasos requieren menos tiempo y presupuesto en comparación con otros sistemas de certificación y contribuyen al posicionamiento del hotel Meraki en el mercado. Por tanto, la propuesta de certificación de calidad Q para el hotel Meraki en Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, comprende los siguientes pasos:

- **Gestión Administrativa:** Esta etapa abarca el levantamiento de información de empresas, la estructuración de procesos y procedimientos, la gestión documentaria, la filosofía empresarial, la organización estratégica, las guías para establecer presupuestos y realizar análisis financieros, la definición de funciones del talento humano, programas de capacitación, comunicación interna empresarial, venta y fidelización del cliente, atención al cliente, medición y evaluación de la satisfacción del cliente, manejo de quejas, reclamos y sugerencias, mejora del producto, plan de mejoras, selección y evaluación de proveedores, limpieza y desinfección, prevención de salud ocupacional, control y prevención de riesgos, y auditorías internas.
- **Gestión Ambiental:** Esta etapa se centra en el manejo de recursos como el agua, la energía y los desechos sólidos, así como en la conservación de los recursos naturales.
- **Gestión Sociocultural:** En esta etapa se considera la vinculación al desarrollo local, el respeto a las culturas y poblaciones locales, y el rescate y protección del patrimonio histórico-cultural.

### DISCUSIÓN.

Según (Monsalve Castro & Hernandez Rueda, 2015), el servicio ofrecido en los hoteles desempeña un papel fundamental en el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Esta investigación ha identificado las variables de gestión

que influyen en la calidad del servicio a través de un instrumento de medición dirigido a los gestores de servicios hoteleros (Alzamora, 2019). Las principales variables que afectan la calidad del servicio en los establecimientos hoteleros son: fidelización, promoción, innovación, promesa de venta, equipamiento y formación del personal.

De acuerdo con (Aznar et al., 2016), es crucial analizar la relación entre la percepción de calidad por parte de los clientes de los hoteles y los resultados financieros de los mismos, para determinar si una mayor percepción de calidad por parte de los usuarios se traduce en mejores resultados empresariales.

En el ámbito del sector hotelero, es fundamental medir el impacto que tiene la calidad del servicio ofrecido a los clientes, ya que se ha demostrado que una mayor calidad del servicio conlleva una mayor competitividad en el mercado y, por ende, una mayor rentabilidad. Por lo tanto, es crucial que los establecimientos hoteleros se centren en mejorar continuamente la calidad de sus servicios, con el objetivo de ofrecer una experiencia satisfactoria a sus clientes y garantizar su fidelidad a largo plazo. En este sentido, la medición de la calidad del servicio y su impacto en el mercado hotelero debe ser una tarea permanente y prioritaria para todos los actores involucrados en el sector.

En el sector hotelero, es de vital importancia examinar las dimensiones de la calidad del servicio ofrecido para brindar una mejor experiencia al turista. Se puede afirmar que un sistema de gestión de calidad contribuye a mejorar el servicio una vez que se detectan sus deficiencias y se proponen posibles soluciones para su correcto funcionamiento. Es importante considerar una estructura basada en las indicaciones proporcionadas por el Manual de Uso de Herramientas para la Gestión de la Calidad Turística (Berry, 1988). El cual establece una guía para facilitar la implementación de indicadores de calidad por parte de los responsables del sistema de gestión en los establecimientos turísticos. De modo que se logra considerar los ámbitos administrativos, ambientales y socioculturales (Adriana et al., 2023).

La gestión administrativa implica diversas medidas en la planificación, organización, dirección y control de los recursos y actividades de un hotel. Su eficiente gestión garantiza un crecimiento empresarial sólido a través de un buen servicio hotelero. La gestión ambiental contribuye a la mejora del entorno en el que se encuentra ubicado el hotel. Por otro lado, la gestión sociocultural promueve el fortalecimiento de la identidad cultural, el sentido de pertenencia, el incremento de la calidad de vida colectiva y la capacidad de participación de la población en el

desarrollo social. Asimismo, fomenta el protagonismo ciudadano y la mejora en la gestión de políticas y servicios sociales involucrados en dichos aspectos (Teas, 1993) (Nazareno-Veliz, 2018).

En el contexto del proceso de certificación Q de calidad para el hotel Meraki, se estima que el presupuesto ascenderá a un total de \$80,100, que se destinará a diversas áreas de mejora en el establecimiento. Entre estas mejoras se incluye la mejora del servicio de wifi, la implementación de medidas para controlar la humedad en ciertas áreas del hotel, así como la incorporación de un restaurante que complemente la oferta de servicios del hotel.

Se estima que el proceso de mejora y optimización de los servicios del hotel Meraki, para obtener la certificación Q de calidad, requerirá aproximadamente dos años. Es importante destacar que esta certificación representa un reconocimiento y una valoración significativa de la calidad de los servicios proporcionados por el hotel, lo que a su vez contribuye a mejorar su competitividad en el mercado y su rentabilidad a largo plazo.

En cuanto al diagnóstico realizado ha permitido verificar que los turistas están dispuestos a contratar los servicios de alojamiento de establecimientos con certificaciones turísticas. Según las encuestas realizadas a los huéspedes del hotel Meraki, expresaron su conformidad con la existencia de una certificación de calidad que garantice una mejor calidad y un mejor servicio.

Por ello, mejorar la calidad turística del Hotel Meraki implica un enfoque integral que abarca el diagnóstico de deficiencias, la implementación de soluciones y estrategias específicas, y el compromiso de todos los actores involucrados. Al seguir este enfoque, el hotel podrá ofrecer una experiencia satisfactoria a sus clientes, obtener la certificación de calidad del ICTE y fortalecer su posición en el mercado turístico.

## CONCLUSIONES.

Se puede concluir que:

La calidad turística es un factor determinante para el éxito y la competitividad de los hoteles en el sector turístico. El cumplimiento de los estándares establecidos por organismos como el Instituto para la Calidad Turística de España (ICTE) garantiza que el hotel brinde una experiencia satisfactoria a los huéspedes y se diferencie de la competencia. Obtener la certificación de calidad del ICTE se convierte en una meta clave para mejorar la reputación y la confianza en el mercado.

El diagnóstico completo de la calidad turística del Hotel Meraki es el primer paso para identificar las áreas de

mejora y deficiencias en relación con los estándares del ICTE. Este proceso permite obtener una visión clara de los aspectos que requieren atención y proporciona una base sólida para la implementación de soluciones efectivas. Es fundamental involucrar a todos los niveles de la organización en este proceso, desde la alta dirección hasta el personal operativo, para garantizar un compromiso y una participación activa de todos los actores clave.

La implementación de soluciones y estrategias específicas es crucial para mejorar la calidad turística del Hotel Meraki y alcanzar los estándares de calidad requeridos por el ICTE. Estas soluciones pueden incluir mejoras en la infraestructura y las instalaciones, capacitación y desarrollo del personal, implementación de sistemas de gestión de calidad, fomento de la participación del cliente y estrategias de promoción y marketing efectivas. Al abordar estas áreas de mejora de manera integral y sistemática, el hotel podrá ofrecer una experiencia de calidad a sus huéspedes, aumentar su competitividad en el mercado y obtener la certificación del ICTE.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Adriana, A., Yasmina, M., & Renán, W. (2023). Buenas prácticas ambientales para el turismo sostenible en las playas de San Jacinto-Charapotó. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias*, 2(2), 211-211. <https://conferencias.saludcyt.ar/index.php/sctconf/article/view/211>
- Alzamora, M. (2019). Análisis prospectivo de la calidad del servicio al cliente en la industria hotelera de la ciudad de Panamá del 2018 al 2023. *Investigación y Pensamiento Crítico*, 7(3), 15-31. <http://ipc.org.pa/ojs/index.php/ipc/article/view/118>
- Aznar, J. P., Bagur, L., & Rocafort, A. (2016). Impacto de la calidad del servicio en la competitividad y rentabilidad: El sector hotelero en la costa catalana. *Intangible Capital*, 12(1), 147-166. <https://www.redalyc.org/pdf/549/54943657007.pdf>
- Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Bosquez, V., Germán, C., Diego, J., & Hernández, L. (2022). Pertinencia de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Estatal de Bolívar en el contexto ecuatoriano. *Revista Ciencias Pedagógicas E Innovación*, 10(1), 47-54. <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/540>
- Dos-Anjos, S. J. G., & De Abreu, A. F. (2009). La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 18(2), 175-186.
- Ecuador. Ministerio de Turismo. (2015). MinTur entrega el distintivo "Q" de Calidad a establecimientos turísticos. Ecuador: Ministerio de Turismo. <https://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>
- Fernández, R., Hernández, C., & Baptista, P. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. México: Editorial MC Graw-Hill Interamericana,
- Herrera, G., & Rodríguez, G. (2016). RESILIENCIA Y TURISMO: EL CASO DE LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA - ECUADOR. *HOLOS*, 3(Junio), 229. <https://www.redalyc.org/pdf/4815/481554866018.pdf>
- Monsalve-Castro, C., & Hernández-Rueda, S. (2015). Análisis De La Calidad Del Servicio De Los Hoteles Pymes De Bucaramanga Y Su Área Metropolitana (Analysis of the Quality of Service of Small and Medium Size Hotel Companies in Bucaramanga and Its Metropolitan Area). *SOTAVENTO MBA*, (26) 62-69. [https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID2870421\\_code1327823.pdf?abstractid=2870421&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2870421_code1327823.pdf?abstractid=2870421&mirid=1)
- Nazareno-Veliz, I. T. (2018). Desarrollo turístico sostenible en el contexto de las políticas públicas en Tachina Esmeraldas – Ecuador. *ECA Sinergia*, 9(2), 25. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561702003/>
- Ruiz-Torres, A. J., Ayala-Cruz, J., Alomoto, N., & Acero-Chavez, J. L. (2015). Revisión de la literatura sobre gestión de la calidad: caso de las revistas publicadas en Hispanoamérica y España. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 319-334. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000091>
- Santomá-Vicens, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura. *Revista de Análisis Turístico*, (3), 1-19.
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality. *Journal of marketing*, 57(4), 18-34.
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. *El profesional de la información*, 29(4), 2-6. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/77328>