



## CAPITULO II

### Revisión de la Literatura

La industria hotelera se enfrenta hoy en día al reto de brindar a sus clientes una mezcla de productos y servicios que excedan sus expectativas. Bajo esta perspectiva dos cuestiones son fundamentales: calidad de producto y calidad de servicio. Algunas organizaciones hoteleras han emprendido la búsqueda de la calidad de productos y servicios, habiéndose distinguido por sus estrategias a nivel global, como lo es el caso de Ritz-Carlton.

Ritz-Carlton sigue un modelo de gestión propio en el cual la calidad representa un papel principal. Para asegurar el cumplimiento de su credo, la empresa utiliza un proveedor externo que realiza mensualmente encuestas de satisfacción, tanto a los huéspedes individuales así como a los organizadores de eventos, entre otros aspectos. Con un objetivo del 100% de retención de huéspedes, la empresa tiene claro que la satisfacción del empleado es clave para dicho propósito. Por ello, no solo ofrece la formación necesaria a su personal para conocer los detalles de los procesos que conviene seguir, sino que además les dota de las herramientas necesarias para su correcta ejecución (Porsche, Juliá, Giménez y Verge, 2002, p. 15).

Sin embargo, la calidad de los productos y servicios no debe ser privativa para cadenas hoteleras de lujo; debe ser una premisa intrínseca en la prestación de todos los productos hoteleros, sin importar su posición en la segmentación de la hotelería. Aún más, hoy en día los destinos turísticos requieren de infraestructura de calidad, la cual permita

como se mencionó anteriormente exceder las expectativas de los visitantes. En este orden de ideas, algunos destinos turísticos han trabajado para impulsar la calidad de instalaciones y servicios de alojamiento como el caso del Caribe.

Porsche et al. (2002), aseguran que la calidad en la hotelería no es sinónimo de lujo, nuevo, o caro si no que consiste en cumplir con las expectativas de los clientes que en su mayoría se basan en el trato recibido. Como referencia indican que existen modelos para el aseguramiento de la calidad basados en normas y certificaciones tanto nacionales como internacionales.

Para el desarrollo de un esquema de calidad para hoteles es necesario el conocimiento de las normas, certificaciones, clasificaciones y acreditaciones enfocadas a la hotelería, en esta fase es importante tomar en cuenta, analizar y estudiar las normas y modelos de calidad enfocados a hoteles de tres y cuatro estrellas para obtener un criterio más amplio y proceder a planificar el proyecto (Porsche et al., 2002).

Existen diversos países que cuentan con organismos, empresas e institutos para asegurar la calidad. Siendo el objetivo principal conocer y obtener de ellos, los aspectos más relevantes y que se adecuen a la propuesta del esquema de calidad.

A continuación se mencionarán los modelos de gestión de calidad a los que se enfoca la investigación. Estos modelos exigen un cumplimiento de estándares físicos y de servicio (Porsche et al., 2002). El esquema se basará en el uso de sistemas de medición de la calidad tanto nacionales como internacionales, debido a esto es primordial sentar una base nacional, ya que el campo de aplicación será en el estado de Puebla.

Las empresas internacionales que miden la calidad, son un ejemplo del éxito en este



ámbito. Estas son avaladas y reconocidas mundialmente, brindan distinción a la empresa y aseguran su validez a nivel mundial. El conocimiento de sus estándares servirá como una base para la implementación de acciones, que servirán para desarrollar un esquema de estándares de calidad total (Cantú, 2001 y Porsche et al., 2002).

En los siguientes apartados se presenta una breve descripción relacionada con la calidad de producto y de servicio.

### ***2.1 Sistemas de Calidad Hotelera Mexicana***

En México sólo un 2% de empresas y diversos organismos de gobierno han certificado sus procesos de calidad, lo que les impide mayor competitividad ante sus similares en Estados Unidos y Europa. Los sistemas de calidad mexicanos hoteleros son un instrumento de diferenciación competitiva, que reúnen los objetivos, políticas y acciones relevantes para los prestadores de servicios que generan confianza en sus clientes. Estos orientan el desarrollo de la actividad turística, para que se mejore en los aspectos de economía y promoción turística (SECTUR Federal, 2006a; Secretaría de Economía [SE], 2006 y “Solo dos”, 2004).

#### ***2.1.1 Normas***

Una norma es un documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que suministra reglas para uso común encaminadas al logro de un contexto dado. Se deben basar en los resultados consolidados de la ciencia tecnología y experiencia,

siendo sus objetivos benéficos para la comunidad (Porsche et al., 2002).

La normalización es una actividad que consiste en establecer disposiciones para el uso común con respecto a problemas reales o potenciales, consta de procesos de formulación, publicación e implementación de normas (Normalización y Certificación Electrónica A.C. [NYCE], 2006).

Dentro del sector turístico podemos encontrar las Normas Oficiales Mexicanas Turísticas (NOM's) y las Normas Mexicanas (NMX's).

**2.1.1.1 Normas oficiales mexicanas turísticas.** De acuerdo con SECTUR Federal (2006a, párrs. 1-3, 6), las NOM's turísticas son herramientas para asegurar la calidad, protección, seguridad e información en el turismo del Siglo XXI. Estas otorgan mayor información, confiabilidad al usuario turista que se refleja en seguridad y calidad en el servicio. Quienes están autorizados a expedirlas son las dependencias del gobierno federal. Este tipo de normas son de carácter obligatorio y contienen los lineamientos que debe cumplir toda empresa de servicios.

SECTUR Federal (2006a, párrs. 13-15), afirma que esta secretaría es la encargada de verificar las NOM's de turismo, en forma directa o a través de las unidades de verificación aprobadas y acreditadas en términos de la ley de la materia. En la actualidad, se cuenta con tres unidades de verificación aprobadas y acreditadas: Sociedad Mexicana de Normalización y Certificación, S.C. (NORMEX), Factual Services, S.C. y Quality Network, Verificación y Sistemas de Calidad, S.A. de C.V.

Los usuarios y proveedores de servicios aceptan las normas, porque proveen varios

tipos de soluciones a un bajo costo. Surgen para responder las necesidades del sector y al mismo tiempo brindar bienestar a los turistas (SECTUR Federal, 2006a, párrs. 4,5).

El Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística (CCNNT), es el encargado de las normas del sector turismo, el cual se constituyó el 25 de junio de 1993. La presidencia y la coordinación de este comité recaen en la Secretaría de Turismo Federal a través, de la Subsecretaría de Operación Turística. En este comité participan en forma equilibrada la iniciativa privada, instituciones educativas y consumidores, así como las dependencias competentes (SECTUR Federal, 2006a, párrs. 2, 7-10).

Según SECTUR Federal (2006a, párr. 12), este comité está conformado por siete subcomités que son:

- Subcomité de Hospedaje
- Subcomité de Agencias de viajes
- Subcomité de Alimentos y bebidas
- Subcomité de Empresas de sistemas de intercambio
- Subcomité de Campamentos y paradores de casas rodantes
- Subcomité de Guías (generales y especializados)
- Subcomité de Turismo de aventura.

De acuerdo con la investigación las NOM's publicadas como definitivas, que aplicarán con el tema estudiado son (SECTUR Federal, 2006b, párrs. 1, 4-7):

NOM-01-TUR-2002: De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, alimentos y bebidas y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

NOM-07-TUR-2002 : De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios.



NOM-010-TUR-2001 : De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas.

**2.1.1.2 Normas mexicanas.** Una NMX se basa en lineamientos elaborados por organismos nacionales de normalización, o la SE en ausencia de ellos. A diferencia de las NOM's estas no son de carácter obligatorio. Son reglas y especificaciones para uso común aplicable a un producto o servicio (SECTUR Federal, 2006a y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT], 2006).

Existe una NMX la cual regula los requisitos mínimos de calidad en el servicio que deben cumplir los hoteles de tres y cuatro estrellas, esta norma es la NMX-TT-006-1996-IMNC. Fue elaborada por el Comité Técnico Nacional de Normalización Turística (CONTENNOTUR). Esta norma tiene como finalidad brindar una herramienta a los hoteleros para la administración y operación de sus empresas con ella podrán acceder con mayor facilidad a los criterios internacionales, normalizados de procedimientos de administración y operación con los que podrán ser más competitivos y establecer con mayor exactitud sus fortalezas y debilidades (Comité Técnico Nacional de Normalización Turística [CTNNT]; Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A.C. [IMNC], 1996 y SE, 2006).

En las NMX se establecen los requisitos mínimos de calidad que deben tener los hoteles en sus servicios e instalaciones para lograr obtener el certificado de calidad turística de primera clase-cuatro estrellas, o certificado de calidad turística de tres estrellas (CTNNT e IMNC, 1996).

La CTNNT e IMNC (1996), mencionan que la norma está diseñada para todo tipo de hoteles, moteles, servicios de tiempo compartido y similares que aspiren a obtener este certificado; evalúa los elementos normativos generales como:

- Organización de las áreas operativas y administrativas.
- Calidad en la prestación del servicio de: todo el personal en contacto con el huésped, reservaciones, botones, telefonista, camarista, cajero, servicio en el restaurante, portero, valet parking, llamadas de despertador, servicio a cuarto y otros servicios.
- Instalaciones y equipo: seguridad, áreas públicas, recepción, habitaciones, servicios e instalaciones complementarias, locales independientes, servicios e instalaciones para empleados y servicios para discapacitados.

Los establecimientos interesados en certificarse, pueden solicitar a los organismos certificadores acreditados, una evaluación.

### ***2.1.2 Calidad Mexicana Certificada A.C. (CALMECAC)***

Constituida ya como una importante fuente de ingreso de divisas para el país, la hotelería es un rubro de la actividad turística que debe adoptar estándares para el control de calidad en sus servicios, labor que es fomentada por CALMECAC como se cita en el artículo de la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG, 1999, párr. 2), en el cual se menciona que:

A partir de 1992, con la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC), el gobierno mexicano dejó de funcionar como órgano regulador de la calidad en productos y servicios, limitando su ámbito de competencia a regir únicamente los reglamentos técnicos de seguridad, por lo que cerca de 12,000 normas oficiales fueron derogadas.

Bajo estas condiciones, la clasificación hotelera que realizaba el gobierno, a través de SECTUR Federal, se vuelve improcedente, aunque algunos establecimientos de hospedaje siguen haciendo uso de ella. Una vez desligadas las normas de calidad, se requirió de organismos independientes que sugirieran parámetros de calidad para la hotelería, surgiendo así CALMECAC. Este organismo es el primero a nivel nacional cuyo propósito central es difundir una cultura de calidad entre los prestadores de servicios hoteleros. Para lograr que los hoteleros cumplan con normas y especificaciones internacionales se creó el modelo de clasificación y certificación "Star's & Diamond's", inspirado en 37 modelos de revisión aplicados en países de todo el mundo (UAG, 1999 y Bibian, 2002).

***2.1.2.1 Programa internacional de certificación de calidades para establecimientos de hospedaje "Star's & Diamond's".*** El Programa Estrellas y Diamantes (Star's & Diamond's), es un programa de certificación de clasificación de calidad para establecimientos de hospedaje, homologado con criterios de otros países, que permite como sector enviar una señal clara y confiable al turista nacional y extranjero de que los establecimientos de hospedaje en México son confiables, seguros y capaces de cumplir lo que ofrecen, definiendo así, la calidad y el cumplimiento de la misma (CALMECAC, 2006a).

Sus objetivos del Programa Estrellas y Diamantes (CALMECAC, 2006b, párrs. 2-4), son:

- Posibilitar la rápida, oportuna y veraz información de los establecimientos en el mercado nacional e internacional.

- Asegurarles a los turistas la mejor opción al seleccionar un lugar donde hospedarse.
- Seguridad en las instalaciones y servicios, consiguiendo que las expectativas de los clientes sean satisfechas y superadas, siendo el turista un excelente promotor del establecimiento.
- Brindar información real que ayude a planear y reservar de manera confiable, sus viajes y a la vez disminuyendo costos.

Para el Programa Estrellas y Diamantes, la misión es:

Impulsar y promover la cultura de la calidad como pilar técnico para desarrollar productividad, competitividad y rentabilidad en el estricto cumplimiento de los principios de Star's & Diamond's para brindar apoyo técnico al productor, información al consumidor y protección al medio ambiente.

Alcanzar el reconocimiento comercial internacional de los servicios proporcionados por Star's & Diamond's, así como de los organismos acreditadores extranjeros para brindar en territorio nacional e internacional una alternativa accesible en costos, idioma y con confiabilidad en la demostración de evaluación de la conformidad de sus bienes y servicios con base en la normativa aplicable.

Promover el desarrollo e implantación de normas técnicas en los procesos productivos y de prestación de servicios. (CALMECAC, 2006c, párrs. 2-4)

Las etapas de la certificación se dividen en cinco (CALMECAC, 2006d), las cuales son:

1. *Solicitud de Servicio de Certificación del Establecimiento.* Se realiza una integración de los documentos necesarios para el expediente de trabajo del grupo auditor. Se hace una programación de la evaluación y notificación al establecimiento en una fecha propuesta por el auditor.

2. *Evaluación de certificación.* Con el objetivo de fijar el grado de cumplimiento y conformidad respecto a los requisitos establecidos por el programa y de acuerdo con lo solicitado por el establecimiento.
3. *Evaluación de no conformidades y oportunidades de mejora.* Se lleva a cabo cuando se presenta el caso, tomando en consideración los resultados obtenidos en la etapa anterior, la resolución del Consejo Directivo de Certificación, con la intención de comprobar y evaluar los requisitos pendientes del programa.
4. *Emisión de la clasificación certificada.* De acuerdo al dictamen emitido por el Consejo Directivo de Certificación.
5. *Auditoría de mantenimiento.* Se realiza anualmente a partir de la fecha de emisión de la certificación.

El certificado que otorga CALMECAC (2001, párrs. 2,3), está basado en los parámetros del Premio Internacional de Hospedaje (International Award Lodging), con el apoyo de SECTUR Federal y la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM). Este programa consiste en clasificar a los hoteles mediante estrictos parámetros internacionales de calificación en dos áreas específicas: instalaciones y servicios.

El modelo Star's & Diamond's otorga mayor número de estrellas a los centros de hospedaje que poseen habitaciones mejor equipadas y más diamantes de acuerdo al lujo, la categoría, el soporte administrativo, manuales de operación y el personal calificado que respalden dichas instalaciones (UAG, 1999, párr. 5).

El hotel evaluado puede recibir de una a cinco estrellas y/o diamantes, según el grado de calidad que observe en dichas áreas. Así, el número de estrellas que el hotel recibe,

califica y ratifica su calidad en el mobiliario, equipamiento y accesorios de sus habitaciones, y los diamantes, el grado de excelencia que brinda en sus servicios (CALMECAC, 2001, párr. 3).

De acuerdo con la certificación Star's & Diamond's (2006e, párr. 1), algunos de los beneficios que pueden obtener los establecimientos hoteleros son:

- Reconocimiento, credibilidad y confianza internacional.
- Derecho de uso de marca internacional Star's & Diamond's -Estrellas y Diamantes para Promoción y Publicidad.
- Inclusión en el buscador de la página oficial de Star's & Diamond's -Estrellas y Diamantes.
- Promoción directa entre clientes potenciales, a través de la distribución de CD's, flyers y directorios en ferias, expo's y trade shows, entre otros.
- Vinculación directa con agencias de viajes, mayoristas y tour operadores, a través de una base de datos mundial.
- Aseguramiento, mantenimiento y mejora de la calidad.
- Mayor eficiencia en la prestación de los servicios.
- Mayor rentabilidad y utilidades.
- Mayor satisfacción del cliente (interno y externo), al definir y asegurar uniformidad y consistencia en el servicio.
- Disminución de las quejas de los clientes.
- Sentar las bases para la implantación de Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9000.

### ***2.1.3 Distintivo M***

Contar con empresas más modernas y hacer del turismo una prioridad nacional, es contar con clientes totalmente satisfechos. La SECTUR Federal, de acuerdo a sus estadísticas indica que en la industria turística, “la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MPyME),



representan más del 80% de la oferta actual de los servicios turísticos, por lo que su fortalecimiento, capacitación y modernización son fundamentales” (SECTUR Federal, 2006c, párr. 4).

El distintivo M inició en diciembre de 2002, dentro del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, cuyo objetivo principal es fortalecer la modernización de la Micro, Mediana y Pequeña Empresas Turísticas de la República Mexicana (MPyMEs) (SECTUR Federal, 2006c, párr. 1).

La SECTUR Federal (2006d, párr. 1), toma como base la estratificación de empresas que establece la ley para el desarrollo de la competitividad de la MPyME, que considera el sector económico en el que se ubica el negocio, así como el número de empleados que laboran en él. Como se muestra en la Tabla 2.1, las empresas se divide en:

Tabla 2.1 Estratificación de empresas



ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS TAMAÑO SECTOR /SERVICIOS	
	0
	-1
	0
	11
	-
	50
	51
	-
	10
	0
	10
	1
	en
	ad
	el
	an
	te

De

“Programa de Modernización para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa turística”, por SECTUR, 2006d, párr. 13

Según SECTUR Federal (2006d, párr. 2), moderniza está dirigido a propietarios, ejecutivos y personal directivo de MIPyMES turísticas, preferentemente a los siguientes giros:

- Hoteles de 1 a 4 estrellas (representan el 32% del total)

- 
- Restaurantes, destacando los ubicados en destinos turísticos
  - Operadoras de turismo receptivo
  - Agencias de viajes
  - Arrendadoras de autos
  - Auto transportes Turísticos
  - Marinas
  - Balnearios

Este distintivo es un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, para empresas turísticas que quieran alcanzar estándares de modernización, calidad y servicio de clase mundial. A través de este programa podrán incrementar sus índices de rentabilidad y ser más competitivas basándose en una forma moderna de administrar la empresa con estas condiciones se le permitirá satisfacer las expectativas de los clientes (SECTUR Federal, 2006d, párr. 8).

El programa moderniza, tiene una duración de tres a cuatro meses, período en el cual las empresas logran resolver gran parte de la problemática que enfrentan. De acuerdo con SECTUR Federal, con este distintivo las empresas alcanzan beneficios cuantificables en tres líneas fundamentales:

1. Elevar la calidad de los servicios y mejorar la atención, para elevar la satisfacción de los clientes.
2. Elevar las ventas y reducir los costos para la satisfacción de los propietarios.



3. Humanizar el trabajo, incrementando la participación y por consecuencia elevar la satisfacción de los colaboradores. (2006e, párr.

1)

Como lo indica SECTUR Federal (2006d) este programa se basa en cinco elementos básicos:

1. Mercado-producto
2. Gerenciamiento de rutina
3. Gerenciamiento de mejora
4. Direccionamiento
5. Aspecto humano

De estos cinco elementos se desprenden 16 técnicas orientadas a puntos focales de la operación. Esto permitirá continuar mejorando para llegar a obtener distintas certificaciones y consolidarse de una forma moderna.

Se establece en su metodología que las empresas que implementen exitosamente el programa y que alcancen al menos 80 puntos de un total de 120, recibirán el distintivo M de “empresa moderna”, que es entregado por la SECTUR Federal (2006d).

Este reconocimiento avala la adopción de las mejores prácticas y una distinción de empresa turística modelo. De acuerdo con el subsecretario de operación turística, Eduardo Barroso, “SECTUR en coordinación con el Comité Nacional de Productividad e Innovación brindan apoyos para que estas empresas alcancen hasta el 70% para incorporarse al sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000” (2003, 2006d).

Con el apoyo de la SE, de Nacional Financiera y de la banca comercial se han puesto en operación diversos esquemas de financiamiento. Entre los avances se encuentran:



- Credipyme de Bancomer, Crediactivo de Banorte, Multicrédito de Bital y Crédito Express de Scotiabank, que apoya la ampliación y remodelación, compra de franquicia y certificación, entre otros rubros.
  
- A través de Bancomext se puso a disposición de las empresas turísticas un programa de financiamiento de amplia cobertura para apoyo de esta actividad que contempla créditos para proyectos de hospedaje, de desarrollo turístico, inmobiliarios, de servicios recreativos y de esparcimiento, tanto en capital de trabajo como para inversión fija.
  
- La SECTUR elaboró un compendio de alternativas de financiamiento a las MPYMES turísticas en el que se detallan todos los apoyos financieros para este tipo de empresas y en donde se integra la información sobre cada trámite y requisito solicitado tanto por la banca comercial como de desarrollo.
  
- La SECTUR y la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, con base en los acuerdos establecidos en el tianguis turístico 2003, realizan talleres de financiamiento con la finalidad de impulsar en forma conjunta y coordinada los programas e instrumentos con los que cuentan las instituciones bancarias, para orientar y fortalecer las solicitudes de financiamiento (SECTUR Federal, 2003 y 2006h).

Durante el período 2002-2005, la Secretaría de Turismo indica que:

En coordinación con la Oficinas de Turismo de los estados han conformado 70 grupos, de las cuales 1,300 Micro, Pequeñas y Medianas empresas turísticas han sido beneficiadas a nivel nacional. Los resultados globales del programa señalan que de las 1,304 empresas participantes, 1,027 calificaron para obtener el Distintivo M que las acredita como empresas turísticas modernas. Es decir, el 79% alcanzó una calificación de excelencia. (2006g, párrs. 1,2)

#### ***2.1.4 Tesoros de México***



---

Tesoros de México es un programa de certificación orientado a hoteles y restaurantes de la República Mexicana. De acuerdo con Germán Ruiz (entrevista, 16 de agosto, 2006), el programa surge a partir de una propuesta hecha por el Instituto de Desarrollo Turístico (IDT).

IDT es una empresa española, creada hace aproximadamente 15 años, la cuál se dedica a establecer estándares de calidad. Los estándares mexicanos los establecen en base al nivel de servicio que ofrecen los hoteles (IDT, 2006, p. 4).

Conforme a lo dicho en la entrevista con Germán Ruiz (16 de agosto, 2006), el primer estado al que ofrecieron la certificación de Tesoros fue al estado de Puebla, debido a que es un atractivo destino turístico que reúne cultura, gastronomía y alojamientos turísticos entre otras cualidades. Sin embargo el proyecto fue rechazado por lo hoteleros, debido a la inversión requerida. Al ser rechazado el proyecto por el estado de Puebla, IDT se dirige con la SECTUR de Michoacán para ofrecerles la misma certificación. Aproximadamente hace seis años el gobierno del estado de Michoacán, pagó la asesoría para que 20 de sus hoteles y restaurantes se pudieran certificar. Solo 12 de estos establecimientos lo pudieron lograr, 5 restaurantes y 7 hoteles. Algunos de los hoteles que no lograron la certificación fueron los hoteles de cadena y de mayor prestigio.



Con la certificación se analizó: administración, inventarios, costos, promoción y otros. Con esto se promete elevar la tarifa y cheque promedio, elevar la calidad del turista y promoción tanto del estado como de la propiedad. El programa tesoros está funcionando desde el año 2000 en el estado de Michoacán, desde el 2004 en el estado de Morelos, en el 2005 en Chiapas y a partir del 2007 en el estado de Puebla (IDT, 2006, p.23).

**2.1.4.1 Tesoros de Michoacán.** Un grupo de hoteleros y restauranteros del estado de Michoacán, con apoyo de un equipo de expertos y la administración pública, establecieron el Club de Calidad Tesoros de Michoacán (2003, pp. 16, 17).

Este surge a partir de una visión de hospitalidad y servicio de mejora buscando ofrecer lo más auténtico e íntimo del estado. Su propósito es buscar el detalle, tener un trato cálido y mostrar lo mejor de cada establecimiento para superar las expectativas del turista.

Para lograr estas metas se requiere contar con el más alto nivel de servicios. Este programa asegura al turista que obtendrá servicios de calidad (Club de Calidad Tesoros de Michoacán, 2003, pp. 16, 17).

Su objetivo es seleccionar año con año lo mejor de la oferta turística de Michoacán, basándose en sus instalaciones, equipamientos, servicios y gestión. La calidad en los servicios ofrecidos se logra analizando

constantemente las fallas y defectos encontrados en los procesos, mejorándolos y aprendiendo de ellos para no volverlos a cometer. Los hoteles que forman parte del programa, se preocupan por los detalles, la decoración, comodidad, la autenticidad y una atención personalizada (SECTUR Michoacán, 2006, p. 14).

En el 2003 el Club de Calidad Tesoros de Michoacán, destinó a la clasificación de los hoteles de la siguiente manera:

- Establecimientos integrados en entornos paisajísticos y ajardinados, que han hecho del confort su distintivo. Ambiente mexicano y cosmopolita en sus instalaciones. Servicio atento y cuidada gastronomía.
- Alojamientos ubicados en grandes casas de sabor y tradición mexicanos con cuidada arquitectura y decoración. Servicio detallista y personal.
- Alojamientos situados en el centro histórico de las ciudades y en edificios de arquitectura colonial. Servicio hotelero profesional orientado tanto al turista como al cliente de negocios.
- Establecimientos integrados en atractivos entornos campestres o rurales. Instalaciones confortables y servicio personalizado, junto a una cuidada oferta gastronómica y de actividades en la naturaleza. (p. 15)

**2.1.4.2 Tesoros de Puebla.** Puebla es un estado donde existe una oferta de alojamiento turístico que presenta importantes potencialidades para acceder a grupos de demanda exigentes a los que se reconoce por tener en común unas expectativas elevadas y hábitos de consumo basados en la autenticidad de la experiencia turística (IDT, 2006, p. 5).



---

Este programa se apoya en la SECTUR de Puebla quien apoya acciones de prestigio para el subsector de pequeños hoteles. Dentro de este subsector se encuentra el grupo Hoteles con Ángel el cual hace una negociación con SECTUR Puebla para poner en marcha el programa Tesoros de Puebla (IDT, 2006, p. 5).

Tesoros de Puebla es una herramienta política turística en la cual se establece un nuevo sistema de cooperación entre el sector público y privado. En el que el primero pone a disposición del segundo tecnologías turísticas de última generación facilitando asesoría experta por parte de la empresa IDT (2006, p. 6).

Con este proyecto se pretende mejorar los resultados económicos de las empresas participantes y por ende de toda la actividad turística del estado de Puebla. A través de este producto se ofrecerá una imagen de calidad del destino en el mercado nacional e internacional, se difundirá la cultura de la excelencia empresarial y sus beneficios poniendo de forma tangible las ventajas de utilizar una calidad total.

La oferta turística de Puebla se consolidará en un segmento, con técnicas adaptadas a sus características individuales con lo que se generarán empleos y se competirá con una excelencia en el servicio.

IDT Asesores (2006, pp. 7-27), encontró que el proceso de implantación del programa consta de cuatro etapas:



En la etapa preeliminar al proyecto se establecen los plazos generales para la ejecución de las actividades principales, se recolecta la información relevante que el cliente considera puede influir en el transcurso del proyecto y finalmente se concretan los momentos y las metas para el seguimiento y validación del proyecto.

1. *Lanzamiento (validación de participantes, presentación del programa y protocolos de adhesión)*. Se ocupa del desarrollo de todas las actividades relativas al arranque técnico y público del proyecto. La validación de los participantes es el primer paso a dar en un proyecto colectivo, donde la característica fundamental es la participación y el compromiso empresarial.
2. *Implantación (formación y asesoramiento)*. Las personas responsables de la dirección y gestión de los establecimientos se enfrentan a un modelo de gestión de la calidad basado en la eficiencia empresarial y la satisfacción total de sus clientes externos e internos. Las acciones de capacitación tienen como beneficiarios a los dos ejes fundamentales del equipo profesional del negocio: gerentes/ propietarios y mandos medios. Se puede implementar a cualquier nivel de la organización con el objetivo de dotar a estos puestos de una capacidad no solo



---

funcional sino para potenciar la rentabilidad del negocio a través de la eficiencia.

3. *Aseguramiento (verificación notificada, turista anónimo, emisión de informes)*. Se realizará una visita de verificación notificada a los establecimientos participantes. Al igual que una evaluación de servicio. Esta evaluación se hará anualmente y su objetivo es evaluar el nivel de servicio

prestado al cliente; un turista anónimo realiza una secuencia completa de consumo evaluando los servicios de las distintas áreas del establecimiento.

4. *Marketing y publicidad (guías de prestigio)*. Se ocupará de presentar al mercado la marca turística de Tesoros de Puebla a través de la propuesta de una guía de prestigio que refleje los valores fundamentales de la empresa y del estado. El estado de Puebla quiere llegar con esta certificación a que sus hoteles boutique se encuentren a un nivel de Small Luxury Hotels.

Finalmente Tesoros de Puebla ofrecerá una base firme de información que ayude a los empresarios a elevar la calidad en sus instalaciones, actividades a desarrollar y servicios ofrecidos.



---

### ***2.1.5 Club de Calidad Morelos***

A partir de la implementación del Club de Calidad Tesoros de Morelos, surge un efecto secundario. Este efecto se da a partir de que los hoteles incluidos en el club obtienen altos niveles de mejora en sus servicios e instalaciones, por lo que los hoteles con clasificaciones menores comienzan a preocuparse por el tema. Por su parte, estos hoteles inician un mejoramiento tanto en sus establecimientos, como en sus servicios. Con esto el gobierno comienza a interesarse en crear una certificación específica para este tipo de establecimientos, creando estándares de calidad adecuados a su nivel de servicios. Es así como se crea el Club de Calidad Morelos (Botello, 2000).

### ***2.2 Modelos de Gestión de Calidad Internacionales***

Después de la Segunda Guerra Mundial, organizaciones nacionales de turismo comenzaron a considerar algunas formas de registrar hoteles o sistemas de clasificación; fue algo difícil lograr esta tarea. Para 1970 solo cinco países europeos contaban con sistemas nacionales, en 1980 este número aumentó a 22 países europeos y 60 a nivel mundial. Los criterios aplicados por los sistemas de clasificación fueron y siguen siendo no uniformes. Las certificaciones son un reconocimiento al esfuerzo y la dedicación de la empresa. La existencia de estos modelos de gestión de calidad ha constituido un motivo muy importante



para que las empresas busquen superarse. Para que la calidad sea un factor competitivo en el mercado esta debe ser demostrada y es en este punto donde toman un papel muy importante los modelos de calidad (CTO, 2002).

En la actualidad, las empresas han puesto en marcha una gran cantidad de estrategias que están enfocadas a la satisfacción de los clientes y a la diferenciación. Una de las formas para conseguir esta diferenciación y por lo tanto tener una ventaja competitiva, es a través de los sistemas de medición de calidad internacionales (Porsche et al., 2002).

La industria turística en la actualidad no cuenta con una clasificación hotelera internacional que sea obligatoria y aplicable a todos los países (AAA, 2006a, p. 2). A continuación, se hablará de los organismos, empresas e instituciones más importantes en Estados Unidos, Europa y el Caribe que miden la calidad.

### ***2.2.1 Empresas de Estados Unidos que Verifican la Calidad***

En los Estados Unidos existen diversas organizaciones que clasifican oficialmente a los hoteles. Dos de las empresas más importantes son: Mobil y AAA, quienes cuentan con inspectores que año con año y en forma anónima evalúan propiedades por todo el país; la primera otorga estrellas, la segunda diamantes. También existe un sistema de calidad llamado Seis Sigma que viene a ser la implementación de una tecnología para el mejoramiento de procesos (García et al., 2001).



**2.2.1.1 Asociación Americana del Automóvil.** Fundada en 1902, la AAA (2006b, párr.1), es una asociación dedicada a clasificar a aquellos establecimientos hoteleros y restauranteros que cumplan con las necesidades y expectativas de sus clientes. El objetivo del programa es obtener la clasificación para asegurarles a los clientes, que se evaluaron los establecimientos hoteleros, revisando que cumplieran con las necesidades de los 47 millones de miembros que tiene la asociación.

Exclusivamente los establecimientos que hayan demostrado desempeñar de manera correcta los requisitos de calidad solicitados para pertenecer como miembro de la AAA, pueden ser clasificados en categorías que van desde uno a cinco diamantes. Los diamantes son los indicadores utilizados por esta asociación para clasificar la calidad en el servicio, las instalaciones y amenidades disponibles para los huéspedes en cada establecimiento. La AAA, ayuda a los turistas a que tengan una gama de establecimientos aprobados que cumplan con sus necesidades y expectativas. Esta asociación asigna una guía de los

diferentes criterios de evaluación para las instalaciones, amenidades y servicios relacionados con las diferentes categorías (AAA, 2006c, párrs. 1, 2).

Los requerimientos de la AAA (2006a, p. 2), para la clasificación de diamantes son criterios basados en el sentido común que los miembros de la organización tienen y han comentado que son de gran importancia para ellos.

La AAA (2006a, p. 2), es una organización no lucrativa que cuenta con 47 millones de miembros en los Estados Unidos y Canadá. En 1963 la AAA comenzó a clasificar a los



establecimientos hoteleros como buenos, muy buenos, excelentes y sobresalientes, y fue hasta 1977 cuando la clasificación basada en diamantes fue introducida.

**2.2.1.1.1 Requerimientos para la evaluación de la AAA.** La clasificación de diamantes de acuerdo a la AAA (2006a, pp. 7-11), refleja los requerimientos básicos de las expectativas de sus miembros, estos son establecidos y se continúan retroalimentando por los mismos. El proceso de evaluación está compuesto por tres partes que son: cumplir con los requerimientos de clasificación de la AAA, contar con las guías que evalúan los atributos físicos y los niveles de servicio del establecimiento y tener los elementos basados en la experiencia profesional y la capacitación. Durante el proceso de evaluación se revisan seis áreas claves, estas son:

1. *La administración y el staff de empleados.* Las propiedades reciben una calificación a favor o en contra dependiendo de la forma de interacción que haya entre los puestos directivos y los operativos. Se evalúa el nivel de hospitalidad y profesionalismo.
2. *Ama de llaves y mantenimiento.* Todos los establecimientos deben estar limpios y en condiciones confortables. Se evalúan las condiciones de la propiedad y se le otorga al área de ama de llaves una calificación de sobresaliente, excelente o bueno dependiendo de la evaluación realizada.
3. *Áreas exteriores, interiores y públicas.* A estas áreas se les asignan criterios de evaluación específicos que se basan en la calidad de sus exteriores e interiores.



4. *Decoración de los cuartos, ambientación y amenidades.* Las propiedades son clasificadas dependiendo de la decoración de sus cuartos, la ambientación de la propiedad y el número de amenidades ofrecidas.
5. *Sanitarios.* Esta área es muy importante para la clasificación y se toman en cuenta varios criterios para evaluarla.
6. *Servicios al huésped.* Se evalúa el nivel de servicio brindado a los huéspedes mediante una visita anónima. Para esta evaluación la propiedad debe tener al menos cuatro diamantes para poder ser considerada y clasificada.

**2.2.1.1.2 Clasificación de diamantes de la AAA.** Únicamente los establecimientos que hayan demostrado cumplir con los requerimientos de calidad que exige la AAA (2006c, párrs. 1-2), serán aprobados y recompensados al otorgarles la clasificación de diamantes.

De acuerdo con la AAA (2006a, p. 2), esta clasificación es más que una medida de calidad, es un indicador de la amplia gama de servicios, facilidades y amenidades que pueden estar disponibles para los huéspedes. Su clasificación va desde uno a cinco diamantes y asiste a los huéspedes a seleccionar el hotel que se identifique mejor con sus necesidades y expectativas. Los criterios de valoración brindan guías de evaluación que contemplan las instalaciones y los servicios típicamente encontrados en cada categoría hotelera.



---

#### 2.2.1.1.2.1 *El significado de los diamantes.* La AAA (2006c, párrs.

7-9), comenta que cada diamante significa el tipo de establecimiento. A continuación se explica el significado de cada uno de ellos:

- *Un diamante:* estos establecimientos proporcionan instalaciones que proveen los servicios esenciales. Cubren los requisitos básicos de comodidad, limpieza y hospitalidad. Están enfocados en los viajeros que buscan únicamente las comodidades básicas.
- *Dos diamantes:* estos establecimientos se enfocan en los viajeros que buscan un poco más que las comodidades básicas. Cuentan con pequeños realces a los requerimientos básicos del diseño y las amenidades a un precio moderado.
- *Tres diamantes:* estos establecimientos se enfocan en los viajeros con más necesidades. Las características de estos lugares son un estilo distinguido incluyendo mejoras en la calidad de las instalaciones, las amenidades y la comodidad que proporcionan.
- *Cuatro diamantes:* estos establecimientos son de gran calidad en todas sus áreas. Las comodidades que brindan son sofisticadas y con un gran estilo. Las instalaciones reflejan un gran nivel de calidad. Los niveles de servicio y amenidades son mayores combinados con un alto grado de hospitalidad, servicio y atención al detalle.



- *Cinco diamantes*: estos establecimientos reflejan características de gran lujo y sofisticación. Las instalaciones brindan comodidades de primera clase. Se enfocan en un nivel de servicio meticuloso y por lo general exceden las expectativas de los huéspedes manteniendo estándares de excelencia y servicios personalizados, realizando el nivel de calidad y comodidad.

Lograr obtener la clasificación de diamantes de la AAA significa que el establecimiento evaluado es de calidad y pertenece a un exclusivo grupo de establecimientos que ha completado exitosamente el proceso de evaluación. La certificación representa una combinación de calidad y altos niveles de servicio (AAA, 2006a, p. 11).

**2.2.1.2 Mobil.** Durante varios años el sistema de calidad de estrellas de la compañía Mobil ha brindado a los viajeros de Estados Unidos y Canadá una clasificación de hoteles objetiva. Esta compañía ha clasificado hoteles y restaurantes desde 1958. Mientras mayor es el número de estrellas otorgadas mayor es el nivel de servicio, amenidades y la experiencia en general (Mobil Travel Guide [MOBIL], 2006a, párr. 1).

Los inspectores de la organización evalúan basándose en una amplia serie de parámetros, entre los cuáles se encuentra: ama de llaves, room service, hospitalidad y amenidades. El sistema de inspección es mediante una visita incógnita en la que se evalúan más de 550 parámetros que determinan la clasificación de estrellas del hotel. Estas visitas



tienen una duración aproximada de tres días. El objetivo es proveer a los clientes de una recomendación en la que puedan confiar al tomar sus decisiones de viaje (2006b, párr. 1).

**2.2.1.2.1 Clasificación de estrellas.** La clasificación de Mobil (2006a, párr. 6-11), va desde una a cinco estrellas dependiendo del tipo de establecimiento.

- *Hoteles de cinco estrellas:* estos hoteles se distinguen por un lujo excepcional ofreciendo una gran cantidad de amenidades y servicio personalizado. Esta clasificación es otorgada a los mejores hoteles que cuidan de la atención al detalle y se anticipan a las necesidades del huésped excediendo sus expectativas.
- *Hoteles de cuatro estrellas:* son establecimientos que cuentan con un alto nivel de servicio y una gran cantidad de amenidades que crean una experiencia de lujo y confort. Los servicios pueden incluir: valet parking, servicio al cuarto las veinticuatro horas del día, entre otros. Estos hoteles se destacan por su servicio y hospitalidad así como por sus instalaciones.
- *Hoteles de tres estrellas:* son establecimientos que cuentan con restaurante y un número de servicios determinados.
  
- *Hoteles de dos estrellas:* se destacan por ser establecimientos confortables, limpios y con servicio de restaurante. Contando con un número de amenidades y servicios más limitado.

---

- *Hoteles de dos estrellas*: estos hoteles tienen servicios y amenidades

limitadas. Algunos de ellos pueden no contar con restaurante.

Sin importar si es un hotel de una o cinco estrellas, cada designio refleja lo mejor de la industria de la hospitalidad. La clasificación de estrellas de Mobil provee a los viajeros recomendaciones de confianza y credibilidad basadas en las inspecciones realizadas. El equipo de trabajadores encargados de las inspecciones ha inspeccionado miles de propiedades cada año para la seguridad de los viajeros en las que cientos de parámetros son evaluados.

**2.2.1.2.2 Guía Mobil.** En Estados Unidos, existen aproximadamente 50,000 hoteles de los cuales la Guía Mobil (Mobil Travel Guide) ha evaluado y recomendado 9,000. Mobil Travel Guide ha clasificado y auditado en Estados Unidos y Canadá desde 1958, usando más de 750 criterios, los cuáles son anualmente actualizados (2006c, párr. 4).

Esta empresa utiliza estrellas para representar los niveles de calidad de los establecimientos evaluados. Su famosa clasificación de estrellas representa una garantía de calidad. Al igual que otras compañías hace visitas incógnitas a los establecimientos que solicitan la evaluación.

La Guía Mobil (2006c, párrs. 1-4), ha evaluado hoteles y restaurantes desde 1958. A diferencia de otras compañías los inspectores no avisan con anticipación a los directivos de los establecimientos que van a realizar la visita. Existen dos tipos de visitas de inspección, estos son:



1. *Inspección de las instalaciones*: cada establecimiento recibe una visita de un inspector, que basándose en una lista de parámetros evalúa la limpieza y las instalaciones del lugar. Esta visita no es incógnita.
2. *Inspección del servicio*: basado en los resultados de la inspección de instalaciones, el inspector evalúa que los establecimientos cumplan con un servicio ideal. Esta evaluación es de manera incógnita y se basa en más de 500 parámetros de evaluación hacia el servicio, utilizando videograbadoras, cronómetros y material que pueda respaldar sus evaluaciones ya que el servicio puede ser muy subjetivo.

Los parámetros de evaluación son respondidos con un sí o no por parte de los inspectores. Existen también parámetros de evaluación que valoran desde la apariencia del staff hasta los servicios del concierge por mencionar algunos. Por cada respuesta negativa el hotel pierde puntos. Los inspectores se centran en el detalle y están constantemente observando las instalaciones y el actuar de los empleados para poder determinar una evaluación. Los estándares de la Guía Mobil son precisos y definitivos. Estos dan un panorama sobre si un establecimiento es apto o no para los huéspedes ayudándolos a elegir lo mejor para ellos (2006c, párr. 6).

**2.2.1.3 Seis Sigma (6σ).** Temant, G. (2002), argumenta que la calidad es difícil de definir, la satisfacción que experimenta el cliente es la mejor forma de expresarlo. El lujo y la calidad son dos aspectos diferentes en productos y servicios. La calidad en Seis Sigma se ha desarrollado reuniendo lo mejor de las metodologías existentes y prácticas de mejora.



Seis Sigma se percibe como: una meta, una metodología, una filosofía, una medición y un símbolo. Es una herramienta de calidad para los clientes. La administración total de la calidad aporta información al enfoque de Seis Sigma.

Como lo afirma Temant, G. (2002, p. 30), las partes componentes de una iniciativa de calidad Seis Sigma incluyen:

- Administración Total de la calidad: que aporta técnicas y herramientas para producir cambios culturales y mejoras del proceso dentro de una organización.
- Control estadístico del proceso: que proporciona mediciones herramientas de análisis, y mecanismos de control poderosos.
- Un enfoque japonés a la mejora y diseño de procesos, satisfacción del cliente y análisis de las necesidades de este ayudando a cubrir el espacio entre la calidad como “satisfacción experimentada” y la realidad práctica.
- Un nuevo paradigma de satisfacción total del cliente, como impulsor primario de la iniciativa de calidad.

Seis Sigma es un nuevo modelo de satisfacción del cliente, se utiliza una escala donde se busca una nueva forma de hacer calidad utilizando los datos de estadísticas y administración, el cliente es el medio utilizado para alcanzar el fin. Para conseguir la satisfacción del cliente es necesario obtener un extenso conocimiento de él y adquirir una medida clara de sus necesidades y exigencias (Temant, 2002).

Seis Sigma tiene la responsabilidad de asegurar que los productos, servicios y políticas generales de los hoteles que sean inadecuados, se eliminen gradualmente. La

visión de Seis Sigma es “excelente calidad en la satisfacción total de las necesidades de los clientes” (Temant, 2002, p. 34).



La satisfacción total del cliente se logra a través de varios cambios en tres áreas fundamentales: el cliente, el proceso y el empleado. Los pasos prácticos requeridos para instrumentar el sistema Seis Sigma son:

1. Identificar toda función o proceso de negocios.
2. Conocer y comprender a los clientes de la empresa.
3. Distinguir los procesos básicos que agregan valor para los clientes.
4. Para cada uno de tales procesos básicos obtener requerimientos específicos del cliente mediante encuestas y análisis.
5. Convertir los requerimientos de procesos del cliente en un pequeño número de características bien especificadas, prácticas y mensurables, críticas para la calidad y el proceso.
6. Establecer todas las mediciones de las características críticas para la calidad del proceso, y para cada una de ellas, determinar el trazo equivalente de la distribución normal.
7. Superponer en el diagrama los límites de las características críticas para la calidad del cliente y calcular el número de defectos fuera de tales límites.
8. Convertir esto a una medición sigma del proceso.

(Temant, 2002, p. 40-41)

Para la industria de los servicios las iniciativas de Seis Sigma son más importantes, ya que los procesos de servicio son más complejos que los de manufactura. Al ser productos intangibles, difícilmente se pueden controlar (Temant, 2002).

El miedo al fracaso lleva al sector servicios a implementar sistemas de calidad que los ayuden a mejorar sus procesos. Este sistema es utilizado en todo el mundo para ayudar a mejorar el desempeño de las empresas y brindar una iniciativa de calidad que forme parte de su estrategia para mejorar su participación en el mercado. Seis Sigma no es un remedio ya que el éxito de cada empresa depende de varios factores, de los cuales la calidad sólo es



uno. “Las organizaciones deben ser capaces de identificar a los clientes y a sus necesidades asociadas, luego impulsar el cambio dentro de la empresa para asegurar que los procesos básicos funcionen con el único objetivo de satisfacer las expectativas de los clientes” (Temant, 2002, p. 97).

El cliente y su satisfacción son fundamentales para este sistema. Los clientes pueden ser internos, externos, no clientes (los que fueron a otro sitio) y clientes ausentes (que no han consumido el producto o servicio).

Cumplir las necesidades del cliente, significa que estas se vuelvan requerimientos del proceso de servicio. Su objetivo consiste en aumentar la base de los clientes, satisfaciendo sus necesidades o superando sus expectativas. Para Temant, G. (2002, p. 136), Seis Sigma ofrece beneficios en términos de:

- Reducciones en los defectos del proceso.
- Ahorros en el costo del proceso.
- Mayor rentabilidad y valor para los accionistas.
- Mayor satisfacción para el cliente y la estima.

Instrumentar una iniciativa de calidad supone principalmente un cambio radical y cultural en la forma en que una organización se percibe a si misma e interactúa con el entorno.

Por si solo, Seis Sigma no es garantía absoluta de éxito, y varias organizaciones ya han experimentado lo que equivale a un fracaso en su instrumentación. Toda empresa que



deseo obtener beneficios substanciales en cualquier área de negocios necesita una estrategia y un plan. La calidad Seis Sigma no es la excepción, y debido a que es genérica, la estrategia del plan debe transmitirse a todos los rincones de la estructura organizacional.

Para Temant, G. (2002, p. 144), existen ciertas áreas en las que cualquier organización deberá asegurar una genuina fortaleza antes de lanzar una iniciativa Seis Sigma, estas son:

- Capacitación
- Comunicación
- Recursos
- Planeación
- Compromiso

Para lograr un nivel de Seis Sigma toda organización necesita ser cada vez más eficiente y competitiva.

### ***2.2.2 Empresas de Europa que Evalúan la Calidad.***

En la actualidad existen modelos de aseguramiento de calidad basados en las normas de ISO 9000/2000, entre ellos se encuentra la marca “Q” promovida por el ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española) y TÜV (Asociación de Inspección Técnica) (Porsche et al., 2002, p. 29). Algunos modelos de gestión exigen un cumplimiento de estándares físicos como lo es la AA.

En cualquier caso es importante analizar y verificar estos modelos para proceder a una certificación (Porsche et al., 2002). A continuación se expondrá una relación de los



principales sistemas de calidad existentes en Europa, los cuáles han sido aplicados en el sector de la hotelería.

**2.2.2.1 Asociación del Automóvil.** La AA (2006, p. 4), se enfoca en la perspectiva del consumidor sobre las propiedades de hospedaje. En un inicio su objetivo era introducir un sistema de calidad fácil de comprender por el consumidor. Los servicios de hospedaje se dividen en 3 categorías, las subcategorías serán descritas más adelante:

1. *Hotel:* incluye las designaciones/subcategorías hotel de campo, hotel pequeño, hotel de ciudad y metro hotel, hospedaje formal con servicio completo.
2. *Hospedaje para huéspedes:* incluye las designaciones/subcategorías bed & breakfast, casa de huéspedes, farmhouse, inn, y restaurante con cuartos, hospedaje informal con servicio limitado.
3. *Hoteles económicos:* hospedaje uniforme con servicio limitado.

Todos los hoteles son posicionados en una de las siguientes subcategorías a continuación descritas, los hoteles deben cumplir con todos los requerimientos, a excepción del metro hotel en el que la cena no es un requisito (AA, 2006, p. 5).

- *Hotel:* es un hospedaje formal con servicio completo. Mínimo seis habitaciones, pero máximo 20.
- *Hotel de campo:* amplios jardines, en un ambiente rural o semirural con un énfasis de paz y silencio.



- *Hotel pequeño*: máximo 20 habitaciones. Administrados personalmente por el propietario, con funciones similares a un negocio.
- *Hotel de ciudad*: propiedades de gran calidad situadas en ciudades. Propiedades individuales y distinguidas por su estilo propio, con un máximo de 50 habitaciones. Amplia relación empleado-huésped. Áreas públicas limitadas. Posiblemente no se sirve cena, pero cuenta con room service.
- *Metro hotel*: Hotel de ciudad, provee servicio completo de hotel con la excepción de la cena. Ubicado a una distancia corta de lugares para comer.

Las estrellas con usadas como símbolo en las primeras 2 categorías, y estas estarán basadas en el estilo de operación. Los establecimientos deciden en que categoría se encuentran dependiendo de sus características. Sus estándares se basan de acuerdo a la categoría que seleccionen. Al mismo tiempo existe una flexibilidad dependiendo los casos. Las excepciones necesitan un incremento en la calidad en otras áreas para compensar el área donde se tenga la excepción.

Para obtener la clasificación de estrellas es necesario cumplir con ciertos elementos (AA, 2006, p. 4), estos son:

- Todos los requerimientos relevantes deben cumplirse.
- El porcentaje final para la calidad debe ser el adecuado para nivel.
- Los estándares relevantes de calidad en las cinco áreas clave deben ser alcanzados (limpieza, servicio, habitaciones, sanitarios y alimentos).

Existen cinco niveles de calidad clasificados de una a cinco estrellas. Al incrementar el número de estrellas, también deberá aumentar la calidad, los servicios y las facilidades

físicas de todas las áreas, poniendo énfasis en las cinco áreas clave. Estudios demuestran que la calidad es importante para los huéspedes, pero que también esperan que el nivel de servicios y facilidades incremente por cada nivel de clasificación de estrellas (AA, 2006, p. 4).

Para la evaluación de los criterios de calidad se usan los términos bueno, muy bueno, etc. Estos estándares indican las expectativas típicas de los consumidores en cada nivel de estrellas. Los estándares no son definitivos ya que existe una gran variedad de elementos de calidad que pueden ser incluidos como por ejemplo el estilo, el cual puede ir desde tradicional a minimalista.

Cuando se observa la calidad se toma en cuenta lo siguiente:

- *Calidad intrínseca*: el valor inherente de un objeto.
- *Condición*: el mantenimiento y apariencia del objeto. ¿Se adecua al propósito?
- *Confort físico y personal*: ¿La calidad del artículo u objeto difiere en alguna forma del confort del usuario?
- *Atención al detalle*: el evidente cuidado para asegurar que la experiencia del huésped sea especial y los mismos altos estándares de calidad para todo.
- *La elección del huésped y que sea fácil de usar*: la experiencia del huésped es acorde con su elección, ¿Es la elección de las bebidas en su habitación o la elección de la temperatura de su habitación? Esto se mejora conociendo cómo el huésped encuentra útil la habitación y sus componentes.

- *Presentación*: la forma en que la habitación y su contenido es presentada a la llegada y durante la estancia del huésped (AA, 2006, pp. 4 y 5).

Cuando los inspectores de la AA hacen la visita a la propiedad, evalúan y dan un puntaje de calidad a todos los aspectos del hospedaje y del servicio. El total del puntaje representa un porcentaje para la calidad. De acuerdo con el puntaje, se establece un parámetro de calidad en la escala de una a cinco estrellas, como se muestra en la Tabla 2.2.

Tabla 2.2 Clasificación de hoteles de acuerdo al porcentaje obtenido.

	U
	D
	T



	C
	C

De “Common Standards for  
Hotels”, por AA, 2006, pág. 2

Los requerimientos de la AA (2006, pp. 6-63), para obtener 3 y 4 estrellas

son:

Para 3 estrellas:

- 6 habitaciones mínimo.



- 
- Los huéspedes una vez registrados, tienen acceso y pueden salir del hotel todo el tiempo durante el día y la noche, sin el uso de llave. Los empleados o propietario deben encontrarse en el hotel y contestar las llamadas del huésped las 24 hrs.
  
  - Todas las áreas de operación deben cumplir con los estándares de tres estrellas en limpieza, mantenimiento y hospitalidad, así como los mínimos estándares de calidad en las facilidades físicas y el préstamo de servicios.
  
  - Un restaurante o lugar para comer, donde se sirva desayuno los siete días de la semana, alimentos por lo menos cinco días a la semana, al menos que sea un metro hotel y cenas por lo menos siete días a la semana.
  
  - Bar con licencia para venta de bebidas alcohólicas.
  
  - El hotel debe abrir los siete días de la semana en la temporada de operación, proveyendo cada día, el nivel de servicios y facilidades apropiados a las estrellas.
  
  - El propietario o empleados deben estar disponibles durante el día y la noche para recibir a los huéspedes y proveerles información/servicios como son bebidas calientes y bocadillos ligeros.
  
  - Room service de bebidas calientes y frías y bocadillos ligeros (ejemplo: sándwiches) durante el día y la noche.

- Todas las habitaciones con baño interno.
- Provisión de alimentos de room service, ya sea desayuno o cena, anunciado en las habitaciones.

Requerimientos para obtener 4 estrellas, se requieren los mismos requisitos que para 3 estrellas, aumentando los siguientes:

- Room service las 24 hrs. incluyendo desayuno, mesa de servicio en el desayuno y ofrecer ayuda para equipaje.
- Todas las habitaciones con baño interno, regaderas con control de temperatura y wc. Además de que la mitad de las habitaciones deben contar con tina.
- Por lo menos un restaurante abierto a los huéspedes y no huéspedes, para el desayuno y cena los siete días de la semana.

**2.2.2.2 Asesores en Turismo, Hotelería y Recreación S.A. (THR).** THR (2006, párr. 2), es una empresa española fundada en 1986 con el fin de ofrecer un “know how” profesional y especializado en destinos, instituciones y empresas relacionadas con el mundo del turismo en la solución de sus problemas estratégicos y operativos. Se enfoca en dar soluciones a la problemática turística.

THR (2006, párr. 3), se ha dado a conocer en el mundo como la primera consultora española en realizar proyectos turísticos internacionales, por lo que es reconocida y solicitada tanto por organismos internacionales como por empresas y gobiernos de distintos países, incluyendo a la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Durante muchos años THR (2006, párr. 3), ha realizado diferentes proyectos en más de 40 países en distintos continentes, entre los cuales están: Europa, América, Asia, y África. Esta empresa ha aportado siempre un amplio conocimiento de las necesidades y problemáticas tanto del sector privado como del público.

**2.2.2.3 Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).** La Secretaría del Estado de Comercio, Turismo y Pyme ha estado trabajando en el desarrollo de sistemas de calidad turística española. Es el instrumento mediante el cual la administración turística del estado apoya la estrategia de calidad. La calidad como concepto básico substituye a la competitividad, es el rasgo diferencial de la oferta española y una solución positiva a la inevitable tensión de los precios de la demanda (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España [MITYC], 2006).

El ICTE (2006a, párr. 3), es un organismo de certificación de calidad que se creó para la industria turística. Se funda en el año 2000 con el fin de ser una herramienta de calidad que permita diferenciar al producto hotelero español como un destino de calidad con respecto a los demás países. Este instituto es reconocido a nivel mundial siendo un organismo sin fines de lucro, privado e independiente.

Las funciones básicas del ICTE, son:

- *Normalización:* creación, desarrollo, actualización, y revisión de las Normas de Calidad Turística, con la colaboración abierta a todas las partes interesadas.
- *Certificación:* reconocimiento al esfuerzo realizado por las empresas turísticas en la implantación de sistemas de calidad mediante la concesión del sello de calidad turística española.

- *Implantación:* apoyo a las empresas turísticas, a través de las delegaciones territoriales, en sus trabajos para adaptar sus sistemas tradicionales de gestión a los sistemas de aseguramiento de la calidad, con la coordinación de cursos de formación, asistencia técnica y publicaciones.
  
- *Promoción:* de la marca de calidad turística española y de las empresas que la ostentan en campañas de publicidad, publicaciones, representación en ferias, notas de prensa, etc. (2006a, párr. 4)

De acuerdo con la investigación realizada por Qualitur (2006, p. 2) “Hoy en día existen una gran cantidad de modelos basados en el aseguramiento de la calidad”. Entre ellos están la marca “Q” promovida por el ICTE, las normas de ISO 9000/2000, Seis Sigma y el modelo del TQM, entre otros.

**2.2.2.3.1 Marca de calidad turística española (marca “Q”).** El nombre de la marca Q es calidad turística española, en ella se encuentra un conjunto de productos turísticos que cumplen con los niveles de calidad exigidos en las normas de calidad de servicios. Con esto se asegura que los hoteles están trabajando en la mejora continua de sus servicios a fin de complacer en todo momento las exigencias de sus clientes. La marca de calidad turística española es gestionada por el ICTE (2006b, párr. 1).

Las características que cumple esta marca de calidad son:

- *Prestigiosa:* porque demuestra el compromiso empresarial por alcanzar la plena satisfacción del cliente, ofreciéndole un servicio excelente.



- *Diferenciadora*: porque únicamente pueden obtenerla aquellos establecimientos que aseguren unos niveles mínimos de servicio.
- *Fiable*: porque los mecanismos utilizados para evaluar el cumplimiento o no de los requisitos solicitados por las normas son independientes del propio sector y están diseñados de acuerdo a la normativa intersectorial.
- *Rigurosa*: porque para obtenerla es imprescindible superar unas pruebas de carácter objetivo establecidas en los reglamentos y normas.

(ICTE, 2006b, párr. 2)

La imagen de la marca “Q” es reconocida a nivel mundial ya que existen alrededor de 3,000 establecimientos que han sido certificados con el sello de calidad turística española. El reconocimiento, tanto del consumidor como de los operadores es el objetivo primordial del programa (ICTE, 2006b, párr. 3).

Las normas de calidad de servicio son de carácter voluntario y obligatorio para aquellas empresas que deseen certificarse con la marca “Q”. Estas normas cuentan con una filosofía más amplia que la brindada en la serie ISO 9000 (ICTE, 2006c, párr. 4).

Las herramientas de calidad ayudan a las empresas a tener una base sobre los procedimientos o prácticas que servirán para elevar la calidad de sus servicios. Estas se fundamentan en normas y estrategias de mejora. Además del cuestionario de autoevaluación, existen otras herramientas, dentro de las cuales están:

- Sistema de encuestación
- Sistema de quejas y sugerencias
- Sistema de indicadores de calidad
- Guía para el desarrollo del manual de calidad
- Guía para el desarrollo del manual de procedimientos

- 
- Guía para el desarrollo de planes de mejora.

(ICTE, 2006d, párr. 2)

Para obtener este certificado es necesario cumplir con las normas de calidad impuestas. Estas han sido desarrolladas pensando en las necesidades de los clientes y evalúan los niveles de calidad de instalaciones, equipamientos y servicios de las empresas turísticas. Con esto se le asegura a los clientes que los establecimientos que cuentan con este distintivo puedan cumplir con sus necesidades ya que sus productos y servicios han sido estrictamente evaluados (ICTE, 2006c, párrs. 4, 5).

**2.2.2.3.1.1 Beneficios y ventajas de la marca “Q”.** Los beneficios del sistema para el cliente (ICTE, 2006e), son:

- Adecuación de los servicios a sus expectativas y necesidades.
- Disminución de la incertidumbre ante la elección del establecimiento.
- Confianza en la capacidad de respuesta del personal.
- Garantía de servicio.

Ventajas del sistema para las empresas:

- La implantación de sistemas de calidad es en sí un beneficio pues mejora el producto y por tanto la competitividad.
- Fortalece la posición negociadora de la empresa frente al resto de los componentes de la cadena de valor.
- Permite conocer las expectativas de los clientes y su evolución.
- Refuerza la motivación del personal y su integración.
- Constituye un instrumento complementario de promoción y comercialización.

(ICTE, 2006e, párr. 2)



**2.2.2.4 Asociación de Inspección Técnica (TÜV).** Technischer Überwachungs Verein [TÜV México] (2006a, párr. 1) o Asociación de Inspección Técnica, es una organización de origen alemán que se dedica a hacer inspecciones a diversos establecimientos. TÜV fue creada en el año de 1870 en la ciudad de München, Alemania, esta organización que actúa como una entidad auditora que es avalada y reconocida por organizaciones líderes entre las que se encuentran DAR (Deutsche Akkreditierungs Rat) de Alemania y RAB (Registrar Accreditation Board) de EUA. Hoy TÜV esta presente en más de 45 países alrededor del mundo.

Para el año de 1995, TÜV América de México (2006a, párr. 3), es fundada y hoy tiene filiales en varios estados de la republica incluyendo Monterrey, Ciudad de México, Puebla y Chihuahua. La empresa se encuentra acreditada por el Consejo de Acreditación Alemán. Para TÜV su filosofía es el compromiso con el éxito y el lograr un equipo profesional de auditores avalados con más de 15 años de experiencia en sistemas de calidad. Estos realizan una evaluación con gran variedad de pruebas y aconsejan a la empresa para alcanzar sus objetivos.

TÜV México (2006b, párr. 1), cuenta con sistemas de calidad de entre los cuales destacan: ISO 2001:2000, ISO 9002:1994 e ISO 14001 entre otros.

TÜV México (2006c, párr. 1), ha realizado una gran cantidad de auditorías a nivel mundial y cuenta con tres grandes áreas que son:

1. Certificación de Sistemas de Calidad.
2. TÜV Proyectos Especiales
3. Automotivación.

### ***2.3 Destinos de Calidad en la Actualidad a Nivel Mundial***

Las organizaciones y compañías de todo el mundo han enfocado todos sus esfuerzos a través de los años, en la creación de diferentes programas de calidad. El interés por la calidad está creciendo rápidamente en países como Estados Unidos, China, Colombia, Guatemala y Chile. A continuación se exponen algunos destinos que han avanzado en materia de calidad.

#### ***2.3.1 Evolución de la Calidad Hotelera en el Caribe***

En el documento de sistemas de clasificación de Organización Turística del Caribe [CTO] (2002), señala que a mitad de los años 90's, algunos hoteles y moteles del Caribe comenzaron a mejorar sus estándares de calidad. En consecuencia los demás establecimientos de hospedaje se vieron en la necesidad de mejorar sus servicios y ofrecer estándares mínimos en amenidades específicas. El sistema de calidad surgió a través de la AA y clubes en Europa como la AAA, quienes en sus guías de hoteles, recomiendan a los hoteles miembros, basados en la garantía de las facilidades que estos hoteles ofrecen.

***2.3.1.1 Sistemas de clasificación nacional y regional del Caribe.*** De acuerdo con la CTO (2002, p. 9), la ventaja de adoptar sistemas de clasificación internacionales es que los viajeros o turistas pueden reconocer fácilmente los códigos y/o sistemas. Los consumidores esperan ciertos estándares en los lugares de hospedaje de acuerdo a la propiedad. Los



sistemas de clasificación creados por gobiernos del Caribe son diseñados para cubrir los siguientes requisitos:

- Estándares mínimos de operación.
- Hacen un balance entre el costo de entrenamiento y mantenimiento de inspectores quienes califican los estándares internacionales y aseguran la estandarización en la inspección.

Los sistemas nacionales son diseñados para ser:

- Simples.
- Ayudar a la planeación del gobierno, sustituyendo estadísticas de ocupación de los distintos lugares de hospedaje a mejores estadísticas de establecimientos particulares por categoría.
- Ayuda en la estrategia de marketing, proveyendo un perfil del turista que se hospeda en establecimientos particulares.
- Asistir a los hoteles a encontrar el mercado meta para las promociones.
- Dar soporte a los hoteleros para mejorar los estándares y rango de facilidades, identificando las debilidades en los sistemas de operación y servicios.
- Eliminar las propiedades que impactan negativamente a la reputación del destino.

Los países del Caribe junto con la CTO (2002), logran que el sistema nacional de certificación sea efectivo, enfocándose en el cumplimiento de las siguientes afirmaciones:



- Debe ser diseñado junto con agencias del gobierno, organizaciones nacionales de turismo y asociaciones de hoteles.
- Los requisitos del sistema deben ser claros y revisados periódicamente.
- Establecer métodos de inspección y clasificación.

**2.3.1.2 Alianza en el Caribe de la empresa Mobil Travel Guide y el grupo Freeman.** De acuerdo con PR Newswire Association (2006), se indica que Mobil Travel Guide crea una alianza en el Caribe con el grupo Freeman (FG), una compañía de evaluación y mejoramiento en la industria de la hospitalidad y del servicio. El acuerdo es parte del grupo

Freeman quien ofrece destinos llamados FG y beneficia el inicio de los planes de Mobil en la clasificación internacional de estrellas en el Caribe. El programa de destinos FG se lleva a cabo en todo el Caribe, las propiedades de la región son evaluadas usando los procesos de Mobil, que involucran inspectores calificados y evaluadores incógnitos. El público tendrá acceso a las propiedades clasificadas mediante la página de internet de Mobil.

Los destinos FG ayudarán a mejorar todos los niveles de servicio que los turistas esperan al viajar al Caribe, además de beneficiar a las islas a mantener su ventaja competitiva en el mercado turístico global. Estos destinos también usarán estándares de calidad del grupo Freeman para evaluar sus servicios adicionales, como son



costumbres/inmigración y transportación a los lugares de comida u otros (PR Newswire Association, 2006, párr. 4).

Con la entrada de Mobil, los turistas tendrán por primera vez una comparación de hotel con hotel, con servicios iguales, usando un sistema objetivo, aceptado, confiable y respetado. Al contar con estándares de servicio internacionales, las propiedades pequeñas, familiares y de la región, tienen la oportunidad de competir en calidad con las grandes propiedades (PR Newswire Association, 2006, párr. 5).

La medición de FG, utiliza herramientas para medir el desarrollo del servicio del destino, cuantificando sus metas, estándares y funcionamiento del servicio. Las inspecciones de calidad, se realizan una vez que los estándares se ponen en práctica y el proceso está en curso, es preciso que todos los estándares del servicio estén medidos (FG Destinations, 2006, párr. 1).

El funcionamiento del servicio se mide con un proceso anónimo contra los estándares específicos de la propiedad/propiedades. En un cierto plazo, los datos se recuperan para demostrar las tendencias del servicio, ambas buenas y malas, y comparar el funcionamiento contra los estándares convenidos, los resultados anteriores, la competencia, y las normas de la industria. Este procedimiento permite enfocar el dinero para el entrenamiento donde ocurren las necesidades más grandes, dando por resultado un sistema total altamente eficiente.

Las ventajas que ofrece FG Service solutions (2006), son:

- Opciones múltiples en línea.



- Programa web respaldado por una base de datos extensa.
- Exámenes personalizados.
- Estándares para el funcionamiento.
- Resultados cuantificables.
- Datos objetivos.
- Perspectiva única (la capacidad de comparar el comentario del huésped y la información de la encuesta sobre el empleado contra las evaluaciones internas de funcionamiento del servicio del establecimiento).
- Recomendaciones procesales.
- Entrenamiento enfocado y dirección.
- Medida de la evaluación de funcionamiento del personal.

**2.3.1.2.1 Grupo Freeman.** Grupo Freeman (FG Service solutions, 2006), fue fundado en 1985 por Bill Freeman. Este grupo ha creado un acercamiento científico que cuantifica, mide y analiza la calidad del servicio dentro de un destino y trabaja de la siguiente forma:

1. Determina los niveles actuales del servicio obteniendo información de los inversionistas y conduciendo inspecciones anónimas de la calidad del servicio.



2. Establece un índice de calidad del servicio y una lista de comprobación de los estándares del servicio contra los cuales se mide el funcionamiento futuro.
3. Desarrolla programas de entrenamiento modificados a requisitos particulares para tratar las necesidades específicas identificadas en las reuniones de accionistas y las inspecciones de la calidad.
4. Conduce las inspecciones de calidad anónimas para monitorear el funcionamiento del servicio.
5. Proporciona resultados de las inspecciones vía internet en un plazo de 48 horas después de las inspecciones.

Grupo Freeman ofrece una consultoría integral basada en los servicios, incluyendo las cadenas hoteleras más importantes, comprometidos con la hospitalidad, la calidad y el servicio.

### ***2.3.2 Normas entre Estados Unidos de América y la República Popular de China***

El Instituto Americano de Estándares Nacionales (ANSI) y el Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST), en cooperación con la Administración de estandarización de China (SAC), anunciaron el lanzamiento de un portal de normas para facilitar el comercio de bienes y de servicios entre los Estados Unidos y la República Popular de China (Comisión Panamericana de Normas Técnicas [COPANT], 2006).



Este portal ha sido diseñado únicamente para los dos países interesados en la industria y funcionarios gubernamentales, contiene en un lenguaje dual (mandarín e inglés) material informativo sobre la estructura, la historia, y la operación de los sistemas de normalización de los Estados Unidos y China. “Cuenta con una base de datos de 2000 normas (1000 de cada nación) consideradas vitales para el comercio exitoso entre las dos naciones; y acceso a casi 300,000 otras normas nacionales, regionales e internacionales” (COPANT, 2006, p. 3).

**2.3.2.1 Portal de estándares para Estados Unidos de América y la República Popular de China.** De acuerdo al ANSI (2006a), el portal de estándares es un recurso en línea diseñado para proporcionar la información y los materiales educativos en estandarización. Incluyendo ratificación de conformidad y regulaciones técnicas obligatorias.

El portal de estándares con respecto a lo dicho por el ANSI (2006a), se ha diseñado sobre todo para accionistas de la industria y los funcionarios de la política que apoyan el

comercio fronterizo de productos y servicios. El portal trata varias preguntas hechas con frecuencia, incluyendo:

- ¿Qué regulaciones de estándares o técnicos se deben seguir para poder entrar y tener éxito en un mercado específico?
- ¿Cómo se puede conseguir "una detección temprana" en cambios a los estándares y a las regulaciones técnicas usados en el mercado meta?

- ¿Cómo se puede entender mejor y proporcionar el producto o servicio, mediante el desarrollo de estándares y regulaciones técnicas en el mercado meta?

Actualmente, el portal incluye información sobre los estándares y los sistemas reguladores de ambos países. En el futuro, el portal puede ampliarse para incluir recursos de otros países. Este es administrado por el ANSI, trabajando en sociedad con SAC. El financiamiento para el lanzamiento de este sitio web fue proporcionado por una concesión del NIST, una agencia federal no-reguladora dentro del departamento de comercio de administración de la tecnología de los Estados Unidos. El ANSI es una organización privada, no lucrativa la cuál tiene como misión realzar la competitividad global de Estados Unidos y la calidad de vida americana promoviendo, facilitando, y salvaguardando la integridad del sistema voluntario de estandarización y conformidad (Instituto Nacional Americano de Estándares, 2006a).

**2.3.2.2 Estándares de calidad para el sector turismo.** Los estándares acordados entre Estados Unidos y China con respecto al sector de turístico son:

AS/NZS 3905.3:1994 - Lineamientos del sistema de calidad. Guía para la industria de la hospitalidad

GB/T 16766-1997 – Términos básicos para el servicio en el turismo.

GB/T 18971-2003 – Especificaciones generales para la planeación del turismo.

GB/T 18972-2003 – Clasificación, investigación y evaluación del turismo.

GB/T 18973-2003 – Clasificación y evaluación de los sanitarios para el turismo.

ISO 18513:2003 – Servicios turísticos: Hoteles y otros tipos de turismo

Hospedaje: Terminología. (ANSI, 2006b)

### ***2.3.3 Certificado de Categorización por Estrellas de Colombia***

Los hoteles que operan en Colombia y que utilizan las estrellas como forma de mostrar la calidad de los servicios que prestan, deben certificarse. La certificación de Colombia fue establecida el 8 de abril de 2005. Es un mecanismo utilizado para incrementar la calidad de la hotelería colombiana, se lleva a cabo bajo la norma NTSH006, denominada “Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos” (“Categorización”, 2005, p. 1; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia, 2006, p. 1).

El objetivo de la norma es definir la clasificación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje turístico, así como las características de calidad tanto en los servicios ofrecidos como en la infraestructura que deben cumplir los hoteles para obtener su certificado de categorización por estrellas. La certificación, aplica a todos los hoteles, evalúa factores relacionados con las instalaciones de los establecimientos y la prestación del servicio (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia, 2006, p. 1).

El encargado de la verificación de la norma es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. En esta norma se indica que todos los establecimientos de hospedaje, deben obtener la certificación por estrellas que les permitirá seguir utilizando en su publicidad las estrellas, como mecanismo para atraer clientes (“Seis meses”, 2006, p. 1).

Si existe una violación a esta normativa se realiza una investigación y se impone una sanción a los establecimientos, por parte de la Dirección de Turismo (Ditur) del Ministerio



de Comercio, Industria y Turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia, 2006 y Presidencia de la República de Colombia, 2006).

“La medida busca controlar las conductas que puedan conducir a error a los huéspedes, en especial en el uso de publicidad engañosa, o que induzca a error al público en materia de precios, calidad o cobertura del servicio ofrecido” (“Se ponen”, 2006, p. 2). De esta forma, el gobierno busca evitar que los clientes terminen pagando por una calidad o cobertura del servicio que no se ofrece el establecimiento (“Categorización”, 2005, p. 1).

Aunque la certificación no es obligatoria, el no obtenerla en el término establecido, que vence el 16 de abril del 2007, impedirá a los hoteles utilizar en su publicidad la categorización por estrellas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia, 2004 y Presidencia de la República de Colombia, 2006). Por el contrario, los hoteles certificados deberán utilizar en su publicidad, de manera visible, legible e indeleble, el número de estrellas otorgadas en la certificación. El documento que avala la certificación debe ser expedido por un organismo certificador debidamente acreditado por la Superintendencia de Industria y Comercio. Entre las empresas certificadoras se encuentran: Instituto colombiano de normas técnicas y certificación (Icontec), Cotecna, SGS y BVQi

Colombia Ltda. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia, 2004; “Categorización”, 2005, p. 1; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia, 2006, p. 1).

Los hoteles que inician el proceso de certificación cuentan con un apoyo económico del ministerio, el cuál determinó destinar el 40% de sus recursos parafiscales que provienen del fondo de promoción turística (“Categorización”, 2005, p. 1).



Los hoteles que no inician su certificación antes de la fecha de vencimiento pueden hacerlo en el momento en que lo consideren conveniente. De acuerdo con el informe del Ministerio, “hasta ahora han sido certificados con la norma un total de 20 hoteles: 16 en cinco estrellas, dos en cuatro, y dos en tres estrellas” (Presidencia de la República de Colombia, 2006, párr. 3).

#### ***2.3.4 Certificación de Calidad de Hoteles de Guatemala***

Las autoridades del Instituto guatemalteco de turismo (Inguat) realizaron una certificación para hoteles pequeños con el fin de mejorar el servicio de hospedaje en Guatemala. El trabajo de certificación fue realizado por CALMECAC, con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) (“Certificación”, 2003, p. 1 y CALMECAC, 2003, párrs. 1-4).

Con esta certificación se le da al cliente la certeza de que el servicio que recibe y paga corresponde a la categoría del hotel. El plan denominado “Estrellas y Diamantes” consiste en una evaluación de la infraestructura y tipo de servicio ofrecido por el hotel, que luego de una auditoría determina la categoría correspondiente. Su propósito es que los hoteleros

ganen credibilidad y confianza, a través de una competitividad sana, en la cual conozcan las diferencias y fortalezas de cada negocio. La certificación favorece a la operación de pequeños hoteles del interior de Guatemala, utilizando el mismo sistema aplicado a México (“Certificación”, 2003, p. 1; CALMECAC, 2003, párr. 3).

La categoría de los hoteles es concedida después de una minuciosa evaluación y en base a parámetros internacionales, de la industria hotelera de EUA y Europa (CALMECAC, 2003, párr. 4).

### ***2.3.5 Norma de Calidad para Hoteles en Chile***

El proyecto sistema normativo para la calidad en turismo fue acordado entre los sectores público y privado, en el cual se contemplan 50 normas para los alojamientos turísticos, guías de turismo y turismo de aventura. Es la primera norma chilena que regula la clasificación de los hoteles, considerando la calidad de los servicios, infraestructura y equipamiento de los establecimientos de alojamiento de una a cinco estrellas. En este país es una innovación en el sistema de normas existentes en el sector turístico, es una norma voluntaria (“Sector turístico”, 2005; Instituto Nacional de Normalización [INN], 2005).

***2.3.5.1 Norma NCh 2912.2005, de alojamientos turísticos.*** La norma establece los requisitos mínimos del servicio de acuerdo al modelo internacional de 1 a 5 estrellas y acopia la experiencia internacional en materia de normas hoteleras. Esta incorpora conceptos modernos de gestión de calidad, e introduce requisitos relacionados con la

gestión de los procesos del servicio hotelero (Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR], 2005, p. 5).

Algunos de los criterios incluidos en la norma abarcan el tamaño de las habitaciones, deportes que se pueden realizar, la carta de alimentos ofrecidos y el idioma en que se debe



recibir a un huésped. Para establecimientos de cinco estrellas los requisitos deberán ser: poseer equipamiento específico, albercas a una temperatura de 18° C., instalaciones para un mínimo de cinco deportes, carta con al menos siete platillos y habitaciones de 12.5 metros cuadrados como mínimo (Fernández, 2005, párr. 4).

El cumplimiento de cada criterio, es verificado por empresas especializadas que otorgan un número de estrellas en un lapso de entre uno y dos años (Fernández, 2005, párr. 7).

Con esta norma se busca aumentar la llegada de turistas internacionales como son europeos, estadounidenses y asiáticos ya que son los que dejan un mayor número de recursos para el país siendo a su vez los más exigentes (“NCh 2912”, 2005, párr. 6).

Las normas para servicio de alojamiento turístico son (“Sector turístico”, 2005, párr.2):

- Hotel uno y dos estrellas: motel o cabañas, hospedaje familiar o bed and breakfast.
- Hotel tres y cuatro estrellas: hotel de campo, recintos de campamento o camping.
- Hotel cinco estrellas: lodge, haciendas y estancias, resort hostel o residencial, centros termales, hostería, albergue o refugio.

**2.3.5.2 Sello de calidad chilena.** Este sello fue creado con el fin de que los turistas distingan a los establecimientos chilenos avalados por la norma. Uno de los objetivos centrales es la construcción de una marca de calidad, esta se entregará a empresas turísticas que se sometan a la norma. Contempla, en primera instancia un proceso de certificación para los establecimientos acreditados, y posteriormente la acreditación de la calidad de las empresas turísticas (“Sector turístico”, 2005).



La marca de calidad chilena es un incentivo para generar un interés en las empresas turísticas, ya que en las acciones de promoción turística, nacionales e internacionales, estas son especialmente difundidas (“Sector turístico”, 2005).

Con el objetivo de alcanzar una amplia participación, se constituyeron 21 comités regionales para la calidad, quienes trabajan en cada paso del proyecto (“Sector turístico”, 2005).

### ***2.3.6 Hoteles Choice en México***

Choice Hotels llega a México enfocándose a los hoteleros independientes, esta marca conocida internacionalmente les da la oportunidad a los hoteles independientes de pertenecer a ella para poder tener mayor oportunidad de competir en el mercado (Cano, 2004).

Choice surgió hace 60 años con la unión de seis hoteleros de Florida (EU) que decidieron reunir esfuerzos, bajo una marca que los respaldara, y de esa manera salir adelante. Hoy en día la cadena cuenta con más de cinco mil hoteles en 44 países. Cuenta con tres marcas: Confort Inn, para ciudades intermedias, con servicios limitados; Quality, es una marca para hoteles de cuatro estrellas considerando al viajero que solicita una mayor cantidad de servicios que la marca anterior, y Clariond, para hoteles de cinco estrellas (Cano, 2004; “Adquiere Choice”, 2006).

Esta franquicia es la segunda en el mundo, su intención es afiliar a aquellos hoteles autónomos que tienen problemas para comercializarse, por no contar con una marca de



prestigio que los avale, sobre todo entre los turistas extranjeros, afirmó Germán Fernández, director general de la empresa en México (Cano, 2004).

La tendencia mundial favorece a las cadenas hoteleras; los clientes las identifican, conocen sus características y sus servicios. La meta de esta cadena es contar con 200 hoteles en México (Cano, 2004; “Adquiere Choice”, 2006).

Como lo indica Cano, A. (2004), en México hay un potencial de cuatro mil establecimientos que podrían formar parte de la cadena. En México hay una gran infraestructura hotelera, sin marca, administrada por sus propietarios, y que por la naturaleza de su independencia no tienen manera de contar con una gran fuerza de ventas, ni con esquemas de capacitación, de compras corporativas, programas promocionales o un sistema internacional de reservaciones.

Para Choice Hotels es importante respetar lo ya existente y no modificarlo, pues hay muchos establecimientos que cuentan con grandes instalaciones y excelentes servicios, a los que únicamente les falta una identidad en el mercado. Esta empresa no exige a los hoteleros que cambien su imagen, sino que simplemente cumplan con los estándares de calidad establecidos por la marca. Respetando el derecho del propietario para que siga operando su negocio, con su misma tarifa (Cano, 2004).

Con este programa designado para México, los hoteles podrán enfrentar con mayor eficiencia la globalización que vive la industria de la hospitalidad y sobre todo, la aparición de nuevas cadenas en los diferentes estados (“Se fortalece”, 2006).