



## CAPITULO II

### Revisión de la Literatura

#### *2.1 Clasificación de Hoteles*

Según Eduardo Garcini (Entrevista, 02 de Marzo del 2006), la forma que en México se clasificaban los hoteles era por medio de un cuestionario, el cual medía la infraestructura y la variedad de servicios otorgando estrellas según su condición, siendo la calificación más alta la de cinco estrellas y la más modesta la de una estrella. Este cuestionario se desarrolló en la Secretaría de Turismo Nacional, pero no logró buenos resultados ya que la información obtenida no era del todo relevante, por esta razón en 1985, se elaboró un nuevo cuestionario de clasificación de hospedaje a través del cual se asignaban las categorías mediante un número de estrellas, pero se agregó la categoría de Gran Turismo como la superior.

Esta clasificación dejó de ser utilizada en 1992 ya que era complicado asignar una clasificación a los hoteles, que dadas las condiciones del segmento al cual querían llegar, tenían que prescindir de algunos servicios básicos tales como televisión en el cuarto, sistema de aire acondicionado, etc. Al prescindir de estos servicios no podían entrar en la categoría de cinco estrellas, pero no por esto dejaban de ser hoteles de primera calidad, los ejecutivos al ver que eran relegados a una categoría que ellos consideraban inferior decidieron asignarse el número de estrellas que ellos consideraban conveniente por lo que esta clasificación dejó de ser oficial.



En 1992 se realizó un nuevo estudio de los diferentes documentos de clasificación en varios países, de los cuales fueron tomados los conceptos necesarios para elevar la calidad de los servicios de hospedaje en 1993.

Torruco y Ramírez (1987) mencionan que existen varios sistemas para clasificar hoteles en diversos países del mundo; para tales efectos se han considerado diferentes criterios que en conjunto, terminan por ser más específicos en los sistemas de clasificación por medio de estrellas y diamantes que también se mencionarán más adelante.

1. **Dimensión.** Uno de los criterios para clasificar un hotel suele ser el tamaño de éste ya que en la medida en que sea más grande o pequeño un hotel ofrecerá una menor o mayor cantidad de servicios.

- **Pequeños:** Se refiere a hoteles que no sobrepasan de 50 habitaciones.
- **Medianos:** Estos hoteles se pueden ubicar en un rango de 50 a 150 habitaciones.
- **Grandes:** Estos hoteles pueden cubrir desde 150 habitaciones y no tener límites. Dentro de esta clasificación no se puede considerar la calidad del servicio por la dimensión.

2. **Tipo de Mercado.** Dado que los turistas buscan satisfacer diversas necesidades, los hoteles deben adaptarse a los requerimientos específicos del mercado es por esto que se clasifican en:

- **Comerciales:** En este tipo de hoteles los huéspedes por lo general son gente de negocios, ejecutivos y de paso.



- **Vacacionales:** Estos se ubican en áreas de gran derrama turística, como serían las playas, los sitios arqueológicos, centros culturales y de vida nocturna.
- **Convenciones y congresos:** Este tipo de hoteles poseen grandes y modernas instalaciones con las que pueden cubrir las necesidades de las empresas, instituciones u organizaciones, cuentan con grandes salones y capacidad de hospedaje en gran volumen así como alimentación y equipo de apoyo. Estos hoteles pueden estar en centros urbanos o vacacionales.
- **Residentes:** Son personas que necesitan estar fuera de sus casas por largas temporadas y en ocasiones permanentemente. Este tipo de hoteles semeja departamentos, ya que cuentan con cocinetas.

3. **Ubicación o Relación con otros Servicios.** La ubicación de un hotel o la proximidad que tenga con otros servicios o atractivos, es un factor que determina las características y el tipo de visitantes que tenga, por esta razón se han creado clasificaciones como:

- **Hotel Metropolitano:** Estos generalmente se encuentran ubicados dentro de las zonas urbanas y cercanas a lugares de diversión como teatros, cines y museos.
- **Hotel Casino:** Algunos hoteles presentan características especiales tal como un casino en donde los principales ingresos dependen del hospedaje y de los juegos de azar que pueden ser usados dentro de los hoteles, aunando a estos, existen espectáculos nocturnos y variedades.



- **Hoteles de centros vacacionales:** Estos incluyen servicios 100% para descanso, recreación, congresos y convenciones.

4. **Operación.** La gran mayoría de los hoteles abren permanentemente, pero existen otros hoteles que buscan satisfacer las necesidades de un nicho de mercado que sólo encuentran atractivo un establecimiento durante una época determinada, esto divide a los hoteles en dos categorías:

- **Permanentes:** Esto quiere decir que está en servicio durante todo el año, ya que las condiciones climáticas y de ubicación así lo permiten.
- **De estación:** Debido a la ubicación geográfica y a la temporada o estación del año de calor o de frío, o en algunos casos, temporadas de cacería. Predominan los hoteles invernales, en donde cae la suficiente nieve para practicar deportes característicos de esta temporada que están tan de moda.

5. **Organización.** Algunos hoteles deciden funcionar por su propia cuenta estableciendo independientemente sus objetivos y procesos mientras que otros deciden formar parte de una cadena que comparte los mismos objetivos, procesos, sistemas esto da como consecuencia que los hoteles se dividan en:

- **Funcionamiento independiente:** Se hace referencia a aquellos hoteles que trabajan sin apoyo de una corporación o de una franquicia. Por lo general son hoteles de pequeñas dimensiones.
- **Funcionamiento de cadena:** El tipo de hoteles que trabajan en grupos, manteniendo una imagen que es respaldada por una oficina corporativa y que procura establecer estándares de calidad. Estas cadenas pueden ser nacionales e internacionales.



**6. Proximidad a terminales de transporte.** Hoteles cerca o junto a terminales terrestres (autobuses). Hoteles cerca o junto carreteras, (autopistas, carreteras federales, caminos, etc.), hoteles cerca o junto a terminales aéreas (aeropuertos, helipuertos o aeródromo). Hoteles cerca o junto terminales marítimas, fluviales, o lacustre (puertos, marinas).

**7. Localización Geográfica.** Estos establecimientos pueden ser localizados en zonas montañosas, en costas o bahías, lagos, desiertos y ríos. Estos lugares resultan ser de gran interés para el turista porque se pueden realizar un sin número de actividades recreativas o deportivas.

**8. Clasificación de Hoteles por medio de Estrellas.** Esta clasificación generalmente se hacía por medio de un cuestionario que basándose en las instalaciones, medía los servicios que podían prestar y la calidad del mobiliario, dicho organismo era aplicado por la Secretaría de Turismo México (SECTUR México), con la cual se debía cubrir un número determinado de puntos para que pudieran ser otorgadas dichas estrellas y la gente las relacionara con el nivel de servicio e instalaciones en las que se deseaba hospedar, además que en el ámbito internacional también se tomaban en cuenta éstas características. Aún cuando este sistema era amplio y cubría muchos puntos importantes dentro de las diferencias de los hoteles, se reitera que el quedar marcado con cierto número de estrellas no es sinónimo de la calidad de sus servicios hoy en día (SECTUR, 2006).

**9. Hoteles de Cinco Estrellas.** Para los Señores Torruco Márquez y Ramírez Blanco un hotel de cinco estrellas es:



“Un establecimiento con equipamiento selecto que provee a uno o más restaurantes, cafeterías y bares, música y entretenimiento, servicio a la habitación por un mínimo de 18 horas, con personal directivo bilingüe o políglota, español, inglés, francés etc. Supervisores bilingües y el personal de servicio completo las 24 horas del día, perfectamente uniformados, su decoración; como alfombrados, tapices, muebles, acabados e instalaciones de calidad selecta” (p.68).

Un hotel de 5 estrellas es la más sofisticada categoría de hotel, con los mejores servicios. Todo detalle está pensado y son de alta calidad. (Categoría de hoteles, 2007, párr. 6)

La dirección general de turismo entiende por hoteles de lujo o 5 estrellas aquellos que cuentan con atención personalizada a sus especiales características y calidad de instalaciones (Ordenación de establecimientos, 2006, párr. 2)

**10. Stars and Diamonds.** CALMECAC (2006) establece lo siguiente:

Stars and Diamonds es un programa de carácter voluntario y cuenta con bases y criterios técnicos consensados a nivel nacional e internacional para la Clasificación Certificada de la Calidad de las instalaciones (Estrellas) y de los servicios y operación (Diamantes) de los establecimientos de hospedaje, bajo criterios homologables, comparables y equivalentes a los utilizados en otros destinos turísticos del mundo, desarrollando para su beneficio elementos de reconocimiento, credibilidad y confianza que le permiten distinguirse ante la oferta y entre sus clientes reales y potenciales nacionales o extranjeros, como garantía de calidad y cumplimiento en el servicio.( párr. 2)

Hoy en día existen más de 8000 establecimientos clasificados y más de 1000 certificados en el mundo en más de 60 países. Este programa clasifica de una a cinco estrellas a establecimientos de hospedaje de acuerdo a sus instalaciones y equipo. De



uno a cinco diamantes según los servicios, categoría, profesionalización y soporte administrativo en manuales, procesos, sistemas, etc. De esta forma el turista identifica de manera sencilla el nivel de servicios e instalaciones que ofrecen los hoteles e igualmente consiguen hacer una comparación de precios. Con este programa también el hotel u organización hotelera puede hacer una mejor promoción ante los nichos de mercado existentes y potenciales (Stars and Diamonds, 2006).

### ***2.1.1 Calidad***

Según Jaime Acosta Polanco, Director y Presidente de Calidad Mexicana Certificada (2006) “la calidad no debe ser un aspecto cosmético y mucho menos un discurso político; si una empresa, organización o institución pública habla de calidad o dice que tiene calidad debe tener un sistema de gestión, aseguramiento y control de la misma. Cumplir con la norma ISO 9001-2000” (La Calidad, 2006, párr. 2).

El tema de calidad en las empresas se ha vuelto imprescindible, sin ella es prácticamente imposible que se pueda triunfar en el mercado actual. México tiene una gran necesidad de contar con organismos de certificación de calidad para así lograr afrontar la fuerte competencia nacional e internacional que existe hoy en día, así como también la globalización y procesos de apertura comercial (CALMECAC, 2006).

Tomando en cuenta que los clientes de la empresa, son quienes en última instancia deciden la aceptación o rechazo de los bienes que genera; según Ramírez (2002) por calidad podemos entender, “La plena satisfacción de las necesidades de los clientes” (p.34).



Por cultura de calidad podemos entender “los principios ideológicos que fomentan el desarrollo cultural y emotivo del individuo, para que éste pueda generar bienes, servicios o ideas que beneficien plenamente a los usuarios de los mismos y a la sociedad en general” (Ramírez, 2002, p. 36).

Se podría decir que la calidad, es el empeño que cada una de las personas que intervienen en la creación de un servicio o producto, destinan a este. Uno de los aliados de la calidad es la investigación del mercado, mediante ésta podemos saber qué es lo que los clientes esperan de los productos, cuáles son sus expectativas, exigencias, etc, y a partir de este estudio el producto o servicio se adecua a estas necesidades (Satisfacción del cliente, 2001).

La calidad busca siempre satisfacer e incluso superar las expectativas del consumidor, convirtiéndose así en herramienta indispensable para las empresas que buscan aumentar sustancialmente sus ventas. Hoy en día una empresa que no incluya la calidad como parte fundamental de sus actividades está destinada al fracaso (Servicio y calidad, 2006).

### ***2.1.2 La Rentabilidad de la Calidad***

Valerie, Parasuraman y Leonard (1993) mencionan que en la actualidad, mejorar el servicio desde el punto de vista del cliente es lo que finalmente va a originar beneficios. Cuando las inversiones que se efectúan para mejorar el servicio se traslada a una mejora en el servicio percibido, entonces la calidad se convierte en una estrategia de beneficios.

La calidad crea verdaderos líderes y produce beneficios porque crea clientes efectivos: clientes que se sienten contentos al seleccionar una empresa después





de experimentar sus servicios, que utilizarán la empresa de nuevo y que hablarán de la empresa en términos positivos con otras personas (Valerie et al., 1993).

La calidad produce eficacia, las empresas que ostentan una alta participación de mercado lograda por la vía de alta calidad, se benefician de las economías de escala y de los más altos ingresos generados por los altos volúmenes de venta y por los niveles más altos de precios que fijan. La mejora de calidad conduce a la alta en eficacia operacional que produce resultados que van más allá de los que usualmente se relacionan con las economías de escala (Ramírez, 2002).

Es evidente que cuando los usuarios experimentan algún problema con el servicio, su percepción sobre la calidad del mismo se ve afectada. Es por esto que conocer las expectativas del cliente es el primer paso en la prestación de un servicio de calidad (Calidad un imperativo, 2006).

Tener un conocimiento equívoco sobre lo que los clientes quieren o esperan, puede significar la pérdida de un consumidor y que éste se vaya con la competencia que posiblemente supo identificar con mayor precisión lo que el mercado busca. Una vez que se comprenda con exactitud lo que el cliente espera, se deben utilizar esos conocimientos para establecer en sus organizaciones los estándares o normas de calidad en los servicios (Ramírez, 2002).

### ***2.1.3 Discrepancia entre lo que se promete y se entrega***

Un gran motivo para la causa de baja percepción de calidad en los servicios, son las discrepancias que pueden existir entre lo que promete una empresa sobre sus servicios y lo que realmente hace. Una comunicación precisa y apropiada de la situación del hotel que no prometa en exceso y sobre todo que presente correctamente la situación de la



empresa, constituye un elemento esencial para la prestación de sus servicios (Valerie et al., 1993).

Jaime Acosta (2002) señaló: Que no se puede seguir despertando falsas expectativas entre los turistas nacionales e internacionales al ofrecer hoteles de cinco estrellas cuando sólo llegan a tres. Recordó que las reformas a las leyes Federal de Turismo y de Metrología y Normalización, suprimieron a la secretaría del ramo la capacidad de regular la calidad y los precios en los hoteles, ya que el gobierno de esa época entendió que esa atribución sólo le compete al libre mercado (Hay hoteles, 2002, párr. 1).

#### ***2.1.4 Asegurar la Calidad***

Philip Crosby (1992) menciona que la calidad no sólo depende de procesos, de la tecnología, de normas, sino también depende del trabajo de las personas; es por esto que la gente debe estar convencida que en toda actividad que haga por la empresa debe poner todo su empeño, desde los puestos más altos hasta los niveles más bajos de la administración, todos son parte de la calidad y la calidad depende de todos. No se necesita ser extremadamente inteligente para otorgar productos y servicios de calidad, lo que se necesita es capacitar correctamente al personal. Existen otras formas de asegurar la calidad:

- Implantar un programa de administración de la calidad en cada sector productivo, sea de servicio o manufactura.
- Eliminar problemas imprevistos por no cumplir con los requisitos
- Reducir el costo de la calidad
- Hacer que los estándares de calidad de cada ramo se hagan a nivel mundial.



A pesar de todas estas acciones, la calidad nunca será alcanzada si las personas involucradas en el desarrollo para las mejoras en el servicio y el trabajo de la calidad, no ponen todo su interés.

### ***2.1.5 Administración Profesional de la Calidad***

Aumentar la calidad no es tarea fácil, pero se facilita si los programas destinados a aumentarla están debidamente implementados, estos programas deben estar adecuados a las necesidades de la empresa y de sus clientes. Juran, Joseph (1990) comenta que para que

exista un mejoramiento en la calidad es fundamental emplear las acciones descritas a continuación:

- ***Compromiso entre la dirección y la gerencia operativa.*** Si se da el caso de que exista un departamento de control de calidad en el establecimiento, no se le puede cargar toda la responsabilidad de ésta. El personal que está a cargo del departamento de calidad, es responsable de medir y reportar el estado de calidad del servicio.
- ***Tener el equipo de mejoramiento de calidad.*** La persona que esté encargada de vigilar la calidad de la empresa, debe motivar el cumplimiento de los programas, es indispensable que sea soporte intelectual y fuente de información. Es necesario tener en cuenta que los programas de calidad no son infalibles, que se hacen día a día, buscando siempre la solución para llegar al objetivo final: La calidad.
- ***Tener un sistema de evaluación para la calidad.*** Dependiendo de la empresa, debe existir un tipo de evaluación en lo que se refiere a calidad. Una manera de



determinar nuestro nivel de servicio, se puede lograr, recogiendo impresiones de clientes, encuestas, libro de quejas, etc.

- **Tener una conciencia de la calidad.** La calidad no es un concepto que se logra mediante gritos, regaños, insultos, etc. debe ser aceptado por todos los empleados y ejecutivos, esto se logrará si existe una clara información y participación de todos.
- **Realizar acciones correctivas.** Es necesario referirse a los trabajadores para obtener decisiones adecuadas y actuar lo más pronto posible para reparar daños provocados. Toda acción correctiva debe hacerse con cuidado y se deben discutir cada uno de los puntos para evitar futuros errores.

## 2.2 ¿Qué es una Norma y para que se creo?

El crecimiento de las empresas y el origen de la internacionalización obligaron a la búsqueda por controlar la calidad. A la estandarización de grupos de empresas del mismo sector de productos o servicios, para poder competir en el mercado internacional se le denominó norma (Secretaría de Economía, 2006).

Según el estudio de normalización que se realizó por CALMECAC en 1996, la Secretaría de Turismo denomina que una norma es un documento establecido y aprobado por un organismo reconocido que proporciona, para uso común, reglas o características para ciertas actividades o sus resultados con el fin de conseguir un grado óptimo en un contexto. El reconocimiento del organismo de normalización dependerá del nivel de la norma emitida (SECTUR, 2006).

En un mundo en el que se requieren mejores sistemas de comunicación con un creciente comercio internacional y una insaciable demanda de bienes manufacturados y



de servicios cada vez más complejos, la normalización sistemática se ha convertido en una actitud clave que debe ser llevada a cabo si se desea disfrutar de los bienes y servicios que se están demandando. En México existen ya modelos de normas, como la N.M.X. (Normas Mexicanas): Son normas de carácter voluntario y establecidas por organismos privados y en ellos participan los sectores involucrados para su beneficio, confianza y seguridad. Su objetivo es ofrecer calidad (Secretaría de Economía, 2006).

### ***2.2.1 La normalización***

La normalización es una actividad que se considera como paso indispensable para que la humanidad alcance mejores niveles de vida a través del desarrollo de las sociedades. Esta normalización contribuye al desarrollo de las empresas en cuanto a su infraestructura, sistemas y estándares de trabajo y para optimizar estas normas, debemos insistir en que la concientización de los empleados es importante ya que de este modo los niveles de calidad y competitividad serán más rápidos y mejores (CALMECAC, 2006).

“Esta actividad provee soluciones para la aplicación repetitiva a problemas de la ciencia, la tecnología y economía, dirigidas para alcanzar el óptimo grado del orden. Esta actividad consiste en los procesos de formulación, aprobación, emisión, aplicación, verificación y certificación de normas” (Normalización Verificación y Certificación de la Calidad, p. 25).

### ***2.2.2 Normas Oficiales Mexicanas***

Son de carácter obligatorio y tienen por objeto, regular las características de los servicios o productos cuando dañen o pongan en peligro la salud humana o del ecosistema, además de lo referente en materia laboral, tienen como propósito preservar



los recursos naturales y proporcionar información al consumidor. Estas normas son emitidas por las dependencias oficiales de gobierno (CALMECAC, 2006).

En materia de servicios turísticos, esta tarea correspondía a la Secretaría de Turismo, a través de un procedimiento prolongado de concertación con la iniciativa privada, universidades y consumidores. Este proceso de liberación se llevaba a cabo por medio de los comités consultivos nacionales de normalización, los cuales están constituidos por cada dependencia según su área de competencia, como el turismo, medio ambiente, agricultura, comercio, etc. (SECTUR, 2006).

### ***2.2.3 Normas Voluntarias***

Son de carácter voluntario, elaboradas por los particulares involucrados en cierto sector económico con representatividad en el ámbito nacional. La participación del gobierno se limita exclusivamente a colaborar con el proceso de desarrollo de las normas. Estos tipos de normas son expedidas por los denominados Organismos Nacionales de Normalización.

Las Normas Mexicanas tienen como propósito determinar aspectos de calidad para los productos y servicios que se trate, particularmente para protección de los consumidores. Con respecto a la actividad turística, las Normas Mexicanas se basan en todo los aspectos relacionados con la calidad de los servicios turísticos (Secretaría de Economía, 2006).

### ***2.2.4 Certificación ISO 9000***

La gran mayoría de las empresas en México, no han hecho lo suficiente para ingresar en los mercados internacionales y ser realmente competitivas, sólo 2496 cuentan con certificados en normas de calidad. Debido a esto, existen normas como la ISO 9000



solicitada y universalmente aceptada y que garantiza una estricta calidad debido a su control absoluto (Pierden empresas, 2004).

Las normas hoy en día son sumamente necesarias para toda empresa, es por esto que se deben seguir estrictamente con la finalidad de alcanzar las metas. Las normas ISO están basadas en procesos productivos y de pilares que operan correctamente, todo esto asegura al cliente que la calidad del producto será excelente, de esta forma habrá diferenciación en el mercado y en un futuro se exigirá la norma a todos los proveedores de servicio como se exige ya en algunos países desarrollados (Pierden empresas, 2004).

### ***2.3 Clasificaciones Internacionales***

Dentro del ámbito internacional existen también instituciones que buscan establecer normas y criterios de calidad hotelera. En el mundo existen muchos hoteles que se apoyan en instituciones especializadas en la búsqueda de calidad, se auxilian en estos, para poder crear estándares que los diferencien del resto de la competencia. Estos organismos no sólo buscan diferenciar al hotel en cuestión sino también darle renombre y prestigio. Cada una de estas instituciones busca crear una serie de pasos y formas de evaluar la calidad en los hoteles, a continuación se presentan algunos de estos organismos que existen en otros países.

#### ***2.3.1 Sistema de Calidad Turística Española***

Entre los años 1990 y 2000, las empresas de turismo españolas se encontraron con que las ventajas competitivas en las que sustentaban sus negocios y que convertían a este país en un referente a nivel internacional, estaban reduciendo de gran forma (Sistema de Calidad Turística Española [SCTE] 2006).



Nuevos destinos turísticos con características y precios similares o incluso más bajos, empezaron a aparecer quitándole a España una cuota de mercado. En este momento las empresas turísticas se encontraron con la necesidad de crear una serie de estrategias que hasta ese día no se habían considerado. Estas estrategias estaban enfocadas hacia la calidad del turismo (Asesoramiento técnico, 2006).

La necesidad de diferenciar los destinos turísticos españoles con respecto a la competencia, quedó en manifiesto en Noviembre del año de 1997 cuando en el Congreso Nacional de Turismo se acordó que esto era una necesidad. Se empezaron a desarrollar proyectos de calidad turística que con el paso del tiempo evolucionaron hasta convertirse en el Sistema de Calidad Turística Española, desde que fue fundada esta organización, su característica más destacable es la filosofía, concebida como una opción empresarial voluntaria en donde es el establecimiento el que decide si debe aplicar un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad que satisfaga a sus clientes (Congreso Nacional de Turismo, 2004).

### ***2.3.2 Modelo SCTE***

El Sistema de Calidad Turística Española (2006) menciona que:

El modelo SCTE es el conjunto de metodologías, directrices y herramientas de gestión y medición del servicio, adaptadas a la empresa turística para ser utilizadas por todos los miembros de la organización, aceptadas por sus suministradores y dirigidas a satisfacer continuamente las expectativas y necesidades del cliente y la sociedad en general. (párr. 4)





### **2.3.2.1 Las 4 Etapas del Modelo SCTE son:**

- **Lanzamiento:** Al establecimiento se le presenta y se le explica el funcionamiento del modelo SCTE, así como las normas de calidad turística. Es responsabilidad del establecimiento realizar los primeros ejercicios de auto evaluación y una vez que se hacen estos, se puede proceder a la siguiente etapa.
- **Desarrollo:** En esta etapa se da inicio a las actividades de gestión de mejora. Después de la evaluación que se hizo en la etapa uno, se analizan los aspectos críticos de servicios que necesitan una metodología específica para su mejoramiento. La parte crítica de esta etapa se concentra en contemplar un conjunto de metodologías de medición y gestión de servicio, que permitirán al establecimiento en cuestión, obtener información útil y relevante de las necesidades del cliente y gestionarla para mejorar su nivel de servicio.
- **Consolidación:** En esta etapa, se resuelven los problemas de diseño y desarrollo de manuales y procedimientos para que se transfieran los conocimientos necesarios para la revisión del conjunto de componentes del sistema de calidad. Es también responsabilidad del establecimiento crear y aplicar un conjunto de herramientas y metodologías para poder pasar a la siguiente etapa.
- **Mejora continua:** Prevé un conjunto de productos que buscan cubrir las necesidades para la profundización de gestión de calidad en los establecimientos turísticos certificados (“Implantación de la Q”, 2006).



### 2.3.3 *La "Q" de calidad*

Es el criterio más fiable en España, éste asegura a los clientes "que la calidad que se presta desde todos los servicios es elevada y uniforme. La Q de calidad, es una norma de calidad creada entre los años 1990 y 2000 por el sector turístico español, hoy en día tiene una categoría oficial y es otorgada por el Instituto de Calidad Turística Española (ICTE). Este reconocimiento contempla de manera exhaustiva todos los aspectos relacionados a las características de los servicios, instalaciones, mobiliario, atención al cliente, accesorios, etc. En España existen 426 hoteles con la marca Q (Que debe, 2006).

La norma Q ocupa más de 200 páginas, pero algunos de los puntos que deben cubrir los hoteles de cinco estrellas según esta norma son, por ejemplo, cambio diario de sábanas cambio diario de toallas 100% algodón y medida mínima en la ducha de 15 cm<sup>2</sup>. Un hotel cinco estrellas debe tener un mínimo de ocho productos de acogida como: jabón, gel, shampoo, gorro de baño, abrillantador de zapatos, navaja para rasurar, etc. El tamaño de los platos será de 27 cm. de diámetro y de 22 cm. los de buffet. El buffet debe incluir obligatoriamente: leche, yogur natural, cafés, infusiones, zumos en conserva, cereales, pan natural, pan tostado, bollería, mantequilla o margarina, mermeladas, frutas naturales, huevos, quesos, embutidos, aguas y miel (Implantación de la Q, 2006).

### 2.3.4 *Un Cinco Estrellas en España según la Q*

Es obligatorio que un hotel de cinco estrellas se distinga por sus estándares de calidad, tanto en las habitaciones como en el servicio, pero además un hotel de esta categoría



esta obligado a cuidar al máximo los detalles, puesto que estos crean un valor agregado al cliente, logrando diferenciar al hotel del resto. Estos son algunos de los detalles encontrados en una habitación de un hotel español que cuenta con la certificación Q de calidad turística española:

1. Paraguas.
2. Butaca con reposapiés y cojín.
3. Atenciones (botella de vino blanco espumoso y cesta de frutas).
4. Flores frescas.
5. Televisor de plasma (distintas medidas según la habitación).
6. Minicadena de alta fidelidad.
7. Minibar. Sólo contiene refrescos y agua Evoss (de glaciar).
8. Revista de publicaciones del hotel.
9. Mesilla de noche.
10. Cama (200 x 200 cm., con refuerzo lumbar) con las cuatro almohadas características del hotel (también existe una carta de almohadas).
11. Lámpara de pie para lectura.
12. Teléfono, papel de notas y bolígrafo, información telefónica del hotel.
13. CD de música ambiental editado especialmente para la cadena hotelera.



14. Sábana marca Adolfo Domínguez.
15. Mesa de apoyo.
16. Sábana de pie de cama de cachemir.
17. Juego de bata y pantuflas.
18. “Amenities” de la marca Bulgary, carta del “room service”, chocolates de cortesía.
19. Toalla para la cara, realizada en hilo.
20. Carteles colgadores para la puerta
21. Cenicero exclusivo (Que debe, 2006)

### **2.3.5 Clasificación “AAA”**

Este sistema de clasificación es otorgado por la Asociación Americana del Automóvil (AAA, American Automobile Association). Los establecimientos de hospedaje son inspeccionados una vez al año por un representante de la triple “A”, que elabora reportes detallados que a su vez son presentados a un comité de la Asociación. Este reporte es revisado junto con los de los años anteriores para verificar y cotejar los cambios surgidos. La revisión de las categorías, considera los siguientes aspectos (Nobles, 1998):

- **Exteriores:** fachadas, jardines, estacionamiento, etc.
- **Áreas públicas:** lobby, recepción, bares, restaurantes etc.



- ***Decoración de habitaciones:*** tapicería, cortinas, pisos y detalles.
- ***Equipos:*** equipo con el que cuentan las habitaciones.
- ***Baños:*** accesorios, decoración, extractor, etc.
- ***Mantenimiento:*** condiciones generales de las instalaciones.
- ***Servicio a huéspedes:*** características de atención y de calidad.
- ***Manejo del establecimiento:*** sistema administrativo.
- ***Gerentes:*** capacidad, experiencia, liderazgo, etc.

La asignación de las categorías se otorga de manera imparcial ya que un pequeño comité independiente revisa cuidadosamente los hoteles, dichos escrutinios son vistos por un miembro de una cadena hotelera de renombre como una instancia especializada. Por esto cada establecimiento obtiene los diamantes basándose en méritos propios aún cuando pertenezca a una gran cadena hotelera (Nobles, 1998).

