



Universidad tecnológica ECOTEC
Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad

Título del trabajo:

Estudio de la gestión de la calidad de un hotel de cinco estrellas en el contexto de la hospitalidad de alta gama en el cantón Samborondón.

Línea de investigación:

Turismo, Hospitalidad y Patrimonio

Modalidad de titulación:

Trabajo de Integración Curricular

Carrera:

Licenciatura en Turismo y Hotelería

Título a obtener:

Licenciado en Turismo y Hotelería

Autor:

Olimpo Javier Acosta Herrera

Tutor:

Mgtr. Vanessa Flores
Samborondón – Ecuador

2025

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por darme la fuerza, la salud y la perseverancia para alcanzar esta meta tan importante en mi vida.

A mis padres, por ser mi primer ejemplo de esfuerzo, por su amor incondicional, sus enseñanzas y su constante apoyo en cada etapa de mi formación.

A mi esposa, compañera de vida, por su paciencia, comprensión y por estar siempre a mi lado en los momentos más desafiantes. Gracias por creer en mi incluso cuando yo dudaba.

A mis dos hijas, mis más grandes motivaciones, quienes con su ternura y alegría me recordaron cada día la importancia de luchar por mis sueños. Este logro también es de ustedes.

A todas las personas que, de una u otra manera, me brindaron su ayuda y apoyo en la realización de este trabajo de titulación: docentes, compañeros, amigos y profesionales que compartieron su conocimiento y experiencia. A todos, mi más sincero agradecimiento.

Certificado de revisión final



ANEXO No. 9

**PROCESO DE TITULACIÓN
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR**

Samborondón, 24 de abril de 2025

Magíster

Ana María Gallardo Cornejo

Unidad Académica: Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **Estudio de la gestión de la calidad de un hotel de cinco estrellas en el contexto de la hospitalidad de alta gama en el cantón Samborondón**, fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para su elaboración, por lo que se autoriza al estudiante: **Acosta Herrera Olimpo Javier**, para que proceda con la presentación oral del mismo.

ATENTAMENTE,



Firmado electrónicamente por:
**SHIRLEY VANESSA
FLORES QUIMI**

Firma

**Mgtr. Vanessa Flores Quimi
Tutora**

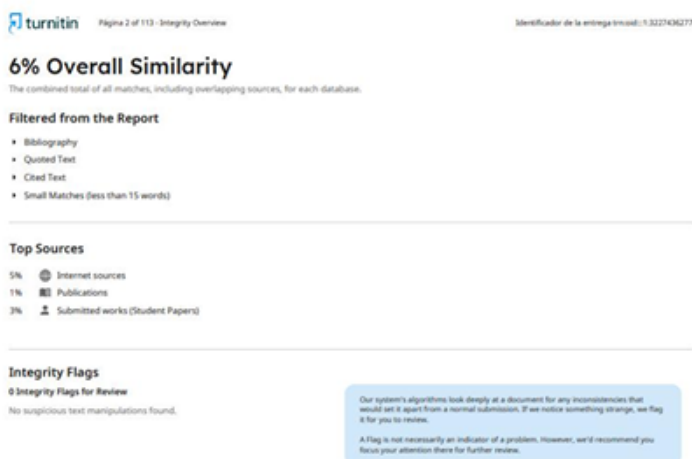
Certificado de Porcentaje de coincidencias de plagio



ANEXO No. 10

PROCESO DE TITULACIÓN CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Habiendo sido revisado el trabajo de titulación TITULADO: **Estudio de la gestión de la calidad de un hotel de cinco estrellas en el contexto de la hospitalidad de alta gama en el cantón Samborondón** elaborado por **Olimpo Javier Acosta Herrera** fue remitido al sistema de coincidencias en todo su contenido el mismo que presentó un porcentaje del **6%** mismo que cumple con el valor aceptado para su presentación que es inferior o igual al 10% sobre el total de hojas del documento. Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



ATENTAMENTE,



Firmado electrónicamente por:
SHIRLEY VANESSA
FLORES QUIMI

Firma
Mgr. Vanessa Flores Quimi
Tutora

Resumen

En la última década, la hotelería de alta gama ha experimentado un notable crecimiento impulsado por el turismo internacional y la búsqueda de experiencias únicas. En este contexto, la gestión de calidad se vuelve esencial, especialmente en hoteles cinco estrellas, donde se exige un servicio personalizado y de alto nivel. En Samborondón, un cantón en constante desarrollo turístico y empresarial, la gestión eficiente de la calidad es clave para posicionar a los hoteles de lujo. Este trabajo analiza la gestión de calidad del Hotel del Parque desde la perspectiva de la hospitalidad de alta gama, utilizando un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), bajo un diseño descriptivo, no experimental y transversal. La recolección de datos se llevó a cabo en marzo de 2025 mediante entrevistas semiestructuradas, encuestas a 60 huéspedes, observación directa y revisión documental. Los resultados evidencian una alta satisfacción del cliente en aspectos como atención, instalaciones, seguridad y gestión de calidad, resaltando la atención personalizada como su principal fortaleza. El uso de herramientas que utiliza el hotel permite monitorear y mejorar la experiencia del huésped de forma continua. No obstante, se identificaron oportunidades de mejora en la personalización del servicio, formación del personal y uso estratégico de datos. En función de estos hallazgos, se presentan recomendaciones para optimizar los procesos, fortalecer la fidelización del cliente y consolidar un modelo de gestión innovador y sostenible que eleve el posicionamiento del hotel como referente en hospitalidad de lujo en Samborondón.

Palabras claves: Gestión de calidad, turismo, hospitalidad de alta gama, satisfacción al cliente

Abstract

In the past decade, luxury hospitality has experienced significant growth driven by international tourism and the demand for unique experiences. In this context, quality management becomes crucial, especially in five-star hotels where personalized, high-level service is essential. In Samborondón, a rapidly developing tourist and business hub, effective quality management is key to positioning luxury hotels. This study analyzes the quality management at Hotel del Parque from the perspective of high-end hospitality, employing a mixed-methods approach (qualitative and quantitative) with a descriptive, non-experimental, and cross-sectional design. Data was collected in March 2025 through semi-structured interviews, surveys of 60 guests, direct observation, and document review. Results reveal high levels of customer satisfaction in areas such as service, facilities, security, and quality management, with personalized attention being its main strength. The hotel's use of management tools enables continuous monitoring and improvement of the guest experience. However, opportunities for improvement were identified in service personalization, staff training, and strategic data usage. Based on these findings, recommendations are presented to optimize processes, strengthen customer loyalty, and consolidate an innovative and sustainable management model to enhance the hotel's positioning as a luxury hospitality leader in Samborondón.

Keywords: Quality management, tourism, high-end hospitality, customer satisfaction.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Problema de investigación	13
1.2. Objetivos	13
1.2.1. Objetivo general	13
1.2.2. Objetivos específicos	14
1.3. Justificación	14
2. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Contexto histórico hotelero	16
2.1.1. Antecedentes de la gestión hotelera	17
2.1.2. Clasificación hotelera	18
2.1.3. Clasificación de los hoteles:	19
2.1.4. Normas de calidad aplicadas en el hotelería	22
2.2. Calidad	22
2.2.1. Beneficios de la calidad	23
2.2.3. Gestión de calidad	26
2.2.4. Ciclos de la calidad	29
2.2.6. Modelos de excelencia	34
2.3.1. Atención personalizada	38
2.3.2. Ciclo de servicio en la hotelería	40
2.4. Antecedentes del cantón Samborondón	44
2.4.2. Oferta hotelera en Samborondón	47
2.4.3. Hotel del Parque	49
3. MARCO METODOLÓGICO	53
3.1. Diseño metodológico	53
3.1.1. Tipo de investigación	53
3.1.2. Investigación descriptiva	53
3.1.3. Investigación de Campo	54
3.2. Enfoque de investigación	54
3.2.1. Cualitativo	54
3.2.2. Cuantitativo	55
3.3. Técnicas e instrumentos de investigación	56
3.3.1. Entrevistas	56
3.3.2. Encuestas	57
3.3.3. Observación	57

3.3.4.	Revisión documental	58
3.4.	Diseño muestral	58
3.4.1.	Población y muestra	58
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	59
4.1.	Presentación de los resultados	59
4.1.1.	Datos generales del huésped: edad	59
4.1.2.	Datos generales del huésped: Nacionalidad	59
4.1.3.	Datos generales del huésped: Motivo de la estadía	60
4.1.4.	Datos generales del huésped: ¿Es su primera vez en el hotel?	60
4.1.5.	El personal del hotel proyecta una imagen profesional, con una apariciencia limpia ordenada.	61
4.1.6.	La actitud del personal fue amable y mostraron disposición para ayudar en todo momento.	62
4.1.7.	El personal resolvió de manera rápida y efectiva sus inquietudes o necesidades.	62
4.1.8.	Siempre hubo disponibilidad de personal para atender sus consultas.	63
4.1.9.	Las instalaciones del hotel cumplen con sus expectativas en términos de limpieza y mantenimiento	63
4.1.10.	La comodidad y ambientación de la habitación contribuyeron a una experiencia satisfactoria.	64
4.1.11.	¿Cómo calificaría la seguridad y protección de sus datos personales y financieros durante su estancia (check-in, check-out y pagos)?	64
4.1.12.	¿Considera que su habitación contaba con condiciones adecuadas de higiene, ventilación y confort?	65
4.1.13.	El tiempo de respuesta ante solicitudes o inconvenientes fue satisfactorio.	65
4.1.14.	¿Se sintió seguro/a consumiendo los alimentos y bebidas del hotel en términos de higiene y calidad?	66
4.1.15.	El hotel cuenta con un sistema eficiente de gestión de calidad que garantiza una experiencia satisfactoria.	66
4.1.16.	¿Percibió alguna mejora en la calidad del servicio en comparación con otras experiencias previas en el hotel (si ha sido huésped antes)?	67
4.1.17.	¿Volvería a hospedarse en el hotel?	67
4.1.18.	¿Recomendaría este hotel a familiares o amigos?	68
4.1.19.	Entrevistas	68
4.1.20.	Primer entrevistado	68
4.1.21.	Segundo entrevistado	69
4.1.22.	Tercer entrevistado	69

4.2. Discusión de los resultados	70
5. CONCLUSIONES	71
6. RECOMENDACIONES	72
7. PROPUESTA.....	73
7.1. Implementación de domótica inteligente en habitación "Park Suite" y "Junior Suite" del Hotel del Parque.....	73
7.1.2. Diagrama de Gantt	80
7.1.3. Costos.....	81
7.2 Mejora de accesibilidad – Instalación de sillas salvaescaleras.....	82
7.2.1. Diagrama de Gantt.....	90
7.2.2. Costos.....	91
7.3. Costo total del proyecto	91
7.4. Conclusión	92
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
9. ANEXOS.....	97
9.1. ANEXO A.....	97
9.2. ANEXO B.....	98
9.3. ANEXO C.....	101
9.4. ANEXO D.....	102
9.5. ANEXO E.....	105
9.6. ANEXO F.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población del Cantón Samborondón	45
Tabla 2. Número de alojamientos registrados	48
Tabla 3. Servicios	52
Tabla 4. Diagrama de Gantt.....	80
Tabla 5. Costo implementación domótica.....	81
Tabla 6. Diagrama de Gantt.....	90
Tabla 7. Costos mejora accesibilidad.....	91
Tabla 8. Costo total del proyecto	91

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Datos generales del huésped	59
Gráfico 2. Datos generales del huésped	60
Gráfico 3. Datos generales del huésped	60
Gráfico 4. Datos generales del huésped	61
Gráfico 5. Servicio y atención al cliente.....	61
Gráfico 6. Servicio y atención al cliente.....	62
Gráfico 7. Servicio y atención al cliente.....	62
Gráfico 8. Servicio y atención al cliente.....	63
Gráfico 9. Instalaciones y seguridad.....	63
Gráfico 10. Instalaciones y seguridad.....	64
Gráfico 11. Instalaciones y seguridad.....	64
Gráfico 12. Instalaciones y seguridad.....	65
Gráfico 13. Servicio y gestión de calidad	65
Gráfico 14. Servicio y gestión de calidad	66
Gráfico 15. Servicio y gestión de la calidad.....	66
Gráfico 16. Servicio y gestión de calidad	67
Gráfico 17. Fidelización.....	67
Gráfico 18. Fidelización.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. PARK SUITE 171 m2 del Hotel del Parque	79
Figura 2. Junior Suite 66 m2 del Hotel del Parque	79
Figura 3. Escalera acceso Norte - Hotel del Parque	89
Figura 4. Escalera acceso del Hotel del Parque	89
Figura 5. Silla salvaescaleras rectas.....	90

1. INTRODUCCIÓN

En la última década, el sector hotelero de alta gama ha experimentado un incremento significativo impulsado por la globalización, el aumento del turismo internacional y la demanda de experiencias consideradas únicas e innovadoras. El turismo promueve el crecimiento económico y la inversión a nivel local, permitiendo oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía (Monsalve y Hernández, 2015). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo representa el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% EN países menos adelantados (Marysela, 2011). De acuerdo con esto, la gestión de calidad es clave para mantener la competitividad y satisfacer las expectativas del cliente, en especial hoteles de cinco estrellas; ya que estos hoteles tienen el deber de ofrecer un estándar impecable de servicio, atención al detalle y una experiencia personalizada que cumpla o supere las expectativas de los huéspedes quienes son conscientes de calidad que reciben por el precio que pagan.

En Ecuador, hay diversidad de lugares o destinos, actividades y gastronomías y si bien el turismo aporta 2% del PIB es necesario siempre estar en constante innovación, creatividad y prestar atención a los mínimos detalles para crear demanda al sector hotelero. En pandemia, Ecuador tuvo que recuperarse a pesar de los problemas que conllevaron en los siguientes años con respecto a la inseguridad desde 2023. Sin embargo, se logró la cifra de 1.426.725 arribos; lo que representa un 13% de variación positiva respecto del año 2022 que alcanzó 1.264.913 (Ministerio de Turismo de Ecuador , 2024) .

En Samborondón, un cantón de la provincia del Guayas se ha posicionado como un referente emergente en hospitalidad de alta gama. Esta localidad ha visto un auge en el desarrollo de proyectos de lujo, orientados a captar tanto a turistas nacionales e internacionales como a empresarios y ejecutivos. Sin embargo, el dinamismo del sector también conlleva desafíos

importantes, entre los que destacan la gestión eficiente de la calidad, la fidelización de clientes y la necesidad de adaptarse a las tendencias globales en la industria hotelera (Larrea, 2021).

La gestión de calidad en un hotel de cinco estrellas no solo abarca la operación eficiente en áreas como la limpieza o la puntualidad del servicio, sino que también requiere una estrategia integral. Esta debe incluir la formación continua del personal, la implementación de tecnologías innovadoras, la personalización de la experiencia del huésped y la adherencia a estándares internacionales (Servicio de acreditación ecuatoriano, 2018).

Analizar cómo se lleva a cabo esta gestión en un hotel específico de Samborondón resulta relevante para identificar buenas prácticas y oportunidades de mejora que contribuyan a optimizar la oferta y a elevar los niveles de satisfacción de los clientes.

La importancia de este tema radica en la necesidad de fortalecer la competitividad de los hoteles de lujo en un mercado turístico caracterizado por su creciente exigencia. Los visitantes no solo esperan calidad, sino también experiencias únicas que se adapten a sus preferencias (FasterCapital, 2024). Por ello, resulta imprescindible que los establecimientos de alta gama en Samborondón adopten prácticas de gestión alineadas con las tendencias globales y las expectativas de los consumidores locales e internacionales.

1.1. Problema de investigación

En el competitivo sector de la hospitalidad de alta gama, la gestión de calidad se ha convertido en un factor determinante para garantizar la satisfacción del huésped y consolidar la reputación de los hoteles cinco estrellas. En el cantón Samborondón, donde el turismo y los negocios están en constante crecimiento, se vuelve imprescindible que los establecimientos de lujo implementen sistemas de calidad eficientes que aseguren experiencias excepcionales y alineadas con los estándares internacionales. (Zavala, 2022)

En este contexto, el Hotel del Parque ha incorporado herramientas tecnológicas como el sistema Revinate para monitorear la satisfacción del cliente a través de encuestas NPS y análisis de reseñas. No obstante, aún existen oportunidades de mejora relacionadas con la personalización del servicio, la formación del personal y la aplicación práctica de los datos recolectados para generar acciones estratégicas.

Por tanto, surge la necesidad de analizar: ¿Cómo influyen los sistemas de calidad implementados en el Hotel del Parque en la satisfacción del huésped? Esta investigación busca identificar el impacto real de dichos sistemas sobre la experiencia del cliente, contribuyendo al fortalecimiento del modelo de gestión del hotel y generando propuestas que potencien su posicionamiento como referente de excelencia en la hospitalidad de lujo en Samborondón.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Analizar la gestión de calidad en un hotel de cinco estrellas en Samborondón desde la perspectiva de la hospitalidad de alta gama.

1.2.2. Objetivos específicos

- Evaluar los procesos actuales de gestión de calidad en el hotel de cinco estrellas, mediante la recolección y análisis de datos sobre servicios, procedimientos y estándares operativos implementados en el contexto de la hospitalidad de alta gama.
- Identificar las percepciones y expectativas de los clientes con respecto a la calidad del servicio ofrecido por el hotel a través de encuestas y entrevistas que permitan recopilar opiniones y experiencias de los huéspedes.
- Proponer un conjunto de recomendaciones estratégicas basadas en los hallazgos del análisis y la evaluación de la calidad del servicio que busquen mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos de gestión en el hotel.

1.3. Justificación

La gestión de calidad en hoteles de cinco estrellas es un elemento crucial para garantizar la satisfacción del cliente y el posicionamiento competitivo en un mercado exigente como el de la hospitalidad de alta gama. En Samborondón, una región emergente en el sector hotelero de lujo, este estudio adquiere relevancia al abordar los desafíos específicos que enfrentan los establecimientos locales.

Este estudio contribuirá al conocimiento sobre la gestión de calidad en el sector hotelero de alta gama, proporcionando un marco teórico que permita entender cómo se implementan las mejoras prácticas en un contexto local. Se espera que los hallazgos sirvan como base para futuras investigaciones en el área, especialmente en mercados emergentes como el de Samborondón.

La metodología empleada en esta investigación combinara enfoques cualitativos y cuantitativos, enriqueciendo el bagaje técnico y procedimental en el campo de la gestión hotelera. A través de entrevistas, encuestas y análisis de documentos, se obtendrá una visión integral de la situación actual del hotel, facilitando la identificación de áreas de mejora. Los hallazgos de este estudio servirán como una herramienta confiable para analizar la gestión de calidad del hotel cinco estrellas o si requiere mejoras para alinearse con los estándares de hospitalidad de alta gama, en lo referente al servicio al cliente.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Contexto histórico hotelero

El sector hotelero desempeña un papel fundamental dentro de la cadena de valor del turismo, ya que su infraestructura, capacidad en el servicio contribuye al reconocimiento de una ciudad como destino de nivel internacional (Monsalve & Hernández, 2015). Para comprender su relevancia actual, es esencial conocer su origen y evolución a lo largo de la historia.

Desde tiempo remotos la humanidad ha requerido espacios para pernoctar, lo que ha dado origen a actividades económicas relacionadas con la provisión de alojamiento. Con el tiempo, estos servicios han evolucionado significativamente dando forma a la industria hotelera tal como se conoce en la actualidad (Bohórquez y Morejón, 2022).

La industria hotelera tiene sus orígenes en la antigüedad, aproximadamente entre los años 1000 y 5007 a.C., cuando los comerciantes viajaban para intercambiar bienes y a cambio recibían hospedaje. En esa época, surgieron las primeras posadas a lo largo de las rutas comerciales, ofreciendo alojamiento tanto para viajeros como para sus animales, además de servicios básicos de alimentación (Nebreda, 2019).

Tras la caída del imperio Romano, entre los siglos X y XI, los monasterios asumieron la función de brindar hospedaje, prestando este servicio de manera voluntaria y bajo protección legal (Nebreda, 2019).

Posteriormente, entre los siglos XII y XIII, las cruzadas impulsaron el comercio y dieron paso a establecimientos que comenzaron a cobrar por el alojamiento. Desde el siglo XV hasta el XVIII, las posadas evolucionaron, convirtiéndose en espacios no solo destinados al hospedaje de viajeros, sino también en centros de encuentro para actividades comerciales, reuniones de negocio y deliberaciones de autoridades religiosas o gubernamentales (Nebreda, 2019).

La evolución de la industria hotelera tuvo un punto de inflexión con la Revolución Industrial, cuando la expansión de los medios era accesible principalmente para las clases más

adineradas. En esta etapa, los viajes eran accesibles principalmente para las clases más adineradas de la sociedad, quienes demandaban alojamientos de lujo y confort que estuvieran a la altura de su estatus económico. Como resultado, se popularizaron los establecimientos destinados a la alimentación y el hospedaje, dando origen a la hotelería moderna (Nebreda, 2019).

El primer hotel con un diseño moderno fue el "Badische Hof" en Alemania, el cual introdujo innovaciones para la época, como una sala de lectura y biblioteca. Con la llegada del ferrocarril, se crearon los llamados "hoteles", ubicados cerca de las estaciones para alojar a los viajeros. A mediados del siglo XIX, surgieron los primeros hoteles bajo propiedad corporativa, marcando un nuevo modelo de negocio (Nebreda, 2019). En 1880, se inauguró la prestigiosa cadena de hoteles Ritz, cuyo concepto de lujo y exclusividad se expandió desde Europa hasta Estados Unidos a principios del siglo XX. Durante este periodo, Francia fue el referente mundial en la industria hotelera, hasta que, a finales del siglo XX, Estados Unidos tomó la delantera con el desarrollo de grandes cadenas hoteleras y complejos de gran magnitud (Nebreda, 2019).

2.1.1. Antecedentes de la gestión hotelera

La hotelería comprende el conjunto de establecimientos comerciales que, de manera profesional y continua, ofrecen servicios de alojamiento y gastronomía. Estos pueden incluir habitaciones o apartamentos, con o sin prestaciones adicionales, orientados a satisfacer las necesidades de los huéspedes (Calle, Lazo, & Granados, 2018).

La aparición de la moneda y la invención de la rueda en el siglo V a.C. fueron elementos clave en el desarrollo de la hospitalidad como una actividad comercial. Aunque Europa es considerada el lugar de origen de la hostelería organizada, ha sido en América donde la industria hotelera ha experimentado su mayor evolución a lo largo del último siglo. Desde las primitivas posadas hasta los sofisticados complejos hoteleros actuales, que ofrecen una amplia variedad de servicios adaptados a las necesidades del viajero contemporáneo, la

hotelería ha experimentado un notable desarrollo y transformación, (Introduction to hotel industry and growth of hotel industry in India, 2021).

A comienzos del siglo XX surgió un nuevo perfil de viajero; "el hombre de negocios", quien enfrentaba dificultades para encontrar alojamiento adecuado, ya que los hoteles de lujo resultaban costosos y las posadas tradicionales carecían de condiciones higiénicas. En respuesta a esta necesidad, Ellsworth M. Statler creó un modelo innovador en hospedaje, "el hotel comercial". Su primer establecimiento, el Statler Hotel, abrió sus puertas en Buffalo, New York, en enero de 1908 (Foster, 1994).

Statler revolucionó la industria hotelera al incorporar habitaciones privadas con baños individuales, garantizando mayor higiene y comodidad. Además, implementó medidas de seguridad como luces en las entradas y ofreció servicios adicionales a sus huéspedes, como agua helada y periódicos matutinos sin costo para su habitación. Su estrategia de promoción, basada en la frase "una habitación y un baño por un dólar y medio", se hizo ampliamente reconocida entre los viajeros estadounidenses de la época. Sus innovaciones en diseño arquitectónico, mantenimiento y atención al cliente sentaron las bases para el desarrollo de hoteles de distintas categorías, desde moteles hasta resorts de lujo (Foster, 1994).

2.1.2. Clasificación hotelera

La agrupación de hoteles en base a diversos criterios tiene como propósito:

- Proporcionar uniformidad en los servicios y establecer estándares generales de un hotel
- Proporcionar una idea sobre la gama y el tipo de hotel disponible dentro de una ubicación geográfica
- Actúa como una medida de control sobre los hoteles con respecto a la calidad de los servicios ofrecidos en cada categoría
- Ayuda al turismo a seleccionar un hotel que cumpla con sus requisitos (Hotel Management (BHM), 2021).

- La industria hotelera engloba todos aquellos establecimientos comerciales que brindan, de manera profesional y constante, servicios de hospedaje y alimentación, ya sea en habitaciones o apartamentos, con o sin servicios adicionales. La categorización de los hoteles varía según el país y sus regulaciones, pudiendo clasificarse por estrellas, letras, clases o diamantes. En Ecuador, la clasificación se realiza por estrellas, las cuales se otorgan en función de diversos criterios, como la ubicación del hotel y la calidad de los servicios ofrecidos a los huéspedes.

2.1.3. Clasificación de los hoteles:

- Por tamaño

- Pequeño: Aquel que cuenta con menos de 25 habitaciones, en Europa y América menos de 100 habitaciones.
- Mediano: Aquellos que dispongan de 26 a 100 habitaciones. En América y Europa hasta 300 habitaciones
- Grande: Son aquellos con más de 100 habitaciones. En Europa y América de 600 a menos de 1000 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).

- Por estrellas

- Una estrella (CUARTA CATEGORIA): Son pequeñas propiedades independientes, comidas e instalación muy simples.
- Dos estrellas (TERCERA CATEGORIA): Poseen alojamiento cómodo, son de estructura mediana, cuenta con servicios más amplios y privados.
- Tres estrellas (SEGUNDA CATEGORIA): Son de mayor tamaño, cuentan con un personal calificado. Disfrutan de áreas comunes amplias y servicios adicionales.

- Cuatro estrellas (PRIMERA CATEGORIA): Consideran el nivel de lujo, la calidad del mobiliario, la decoración y el equipamiento en cada área del establecimiento. Además, un factor determinante en esta categorización es la disponibilidad del servicio 24 horas, lo que garantiza una atención continua y personalizada para los huéspedes.
- Cinco estrellas (LUJO): Estos establecimientos de alto nivel se caracterizan por ofrecer espacios amplios y lujosos, cumpliendo con estándares internacionales. En estos hoteles, se prioriza la excelencia en la calidad del servicio, la atención minuciosa a cada detalle, así como la combinación de comodidad y elegancia para garantizar una experiencia excepcional, (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Tipos de hoteles:**

- **Hotel:** Es una infraestructura diseñada para brindar alojamiento en habitaciones privadas, cada una equipada con baño y área de aseo exclusivo. Puede ocupar la totalidad de un edificio o una sección independiente dentro de este. Además, dispone de un espacio destinado a la prestación de servicios de alimentación y bebidas, ya sea como restaurante o cafetería, según su categoría. A su vez, tiene la capacidad de ofrecer servicios complementarios para mejorar la experiencia del huésped. Para su funcionamiento, debe contar con un mínimo de cinco habitaciones.
- **Hostal:** Se lo relaciona frecuentemente con viajeros de poco presupuesto, es un concepto de bajo costo con habitaciones individuales y compartidas. Muchas veces comparten servicios como baños y cocina.

- **Motel:** Los moteles surgieron como una combinación de las palabras motor y hotel, estableciéndose principalmente a lo largo de carreteras para brindar hospedaje accesible a los viajeros que se desplazaban en sus propios vehículos
- **Apart-Hotel:** Esta orientado a recibir largas estadías, las habitaciones son como apartamentos, cuentan con cocina equipadas para que puedan preparar sus alimentos. Combinan la comodidad e independencia de un apartamento.
- **Boutique Hotel:** Son hoteles pequeños y caros, están dirigidos principalmente a la clase elite. Se diferencian en que cada habitación tiene una personalidad distinta, manejan una temática homogénea en sus instalaciones, inclusive sus restaurantes.
- **Resort:** Tienen un ambiente tranquilo y natural con una belleza impresionante y un paisaje típico. En su mayoría están alejados de las ciudades y se encuentran en entornos libres de contaminación.
- **Bed and Breakfast (B&B):** Cuentan con un concepto europeo, son establecimientos de alojamiento que suelen funcionar en residenciales familiares grandes. El propietario suele vivir en el establecimiento y es el responsable de servir el desayuno a los huéspedes en sus respectivas habitaciones, pueden tener baños compartidos, ideal para viajeros con poco presupuesto.
- **Lodge:** Están cerca de la naturaleza, ayudan a desconectarse de lo cotidiano, suelen ser eco amigables, cuentan con los servicios similares a hoteles clásicos.
- **Pop-up hotel:** Son alojamientos ubicados en sitios específicos durante un determinado periodo de tiempo, son móviles y se instalan cerca de grandes eventos para brindar el servicio de hospedaje.

- **Business hotel:** Especializado en atender a personas de negocios, se ubican dentro de zonas comerciales y financieras y cuentan con salas para reuniones y eventos de networking.
- **Poshtel:** Es una tendencia que combina el gran estilo boutique con la frescura de un hostel, se enfoca en un público joven que busca elegancia.
- **Eco hotel:** Son hoteles que promueven actividades que no afecten a la naturaleza y tratan de reducir el impacto ambiental, usan energías renovables.
- **Capsule Hotel:** Es un concepto único, que se originó en Japón debido a la falta de espacios, son muy económicos y se están extendiendo por todo el mundo. Sus instalaciones, incluidos los baños son de uso común.
- **Camping:** Destinados a personas que desean escapar de la cotidianidad, se asocian con tiendas de campañas o carpas, son para aquellos que aman disfrutar de la naturaleza
- **Glamping:** Están adquiriendo relevancia en el mundo viajero, combinan el glamour, más los beneficios de acampar en la naturaleza. Ofrecen servicios de lujo, (Introduction to hotel industry and growth of hotel industry in India, 2021).

2.1.4. Normas de calidad aplicadas en el hotelería

2.2. Calidad

A lo largo del tiempo, el concepto de calidad ha experimentado una transformación significativa, expandiendo sus objetivos y modificando su enfoque. Lo que antes se

limitaba a una simple supervisión o inspección, ahora se ha convertido en un elemento fundamental dentro de la estrategia global de las organizaciones o empresas.

De acuerdo con Juran (1998) define calidad de la siguiente manera: importancia crítica para la gestión de la calidad:

“Calidad significa aquellas características de los productores que satisfacen las necesidades del cliente y, por tanto, brinda satisfacción al cliente” (Juran, 1998).

Las definiciones de calidad incluyen ciertas palabras clave que requieren una definición:

- **Producto:** El resultado de cualquier proceso. Para muchos economistas, los productos incluyen tanto bienes como servicio. No obstante, comúnmente se conoce como producto a los bienes
- **Cliente:** Cualquier persona que se ve afectada por el producto o por el proceso utilizado para producir el producto. Puede ser externos o internos.
- **Satisfacción del cliente:** Una situación en la que los clientes sienten que las características del producto han satisfecho sus expectativas
- **Deficiencia:** cualquier falla que afecta la idoneidad de un producto para su uso. Tales como cortes de energía, incumplimiento de las fechas de entrega, bienes inoperativos, entre otros.
- **Insatisfacción del cliente:** Situación en la que las deficiencias resultan en molestias, quejas, reclamos del cliente. (Juran, 1998).

2.2.1. Beneficios de la calidad

2.2.1.1. Calidad en ahorro

Al considerar la calidad en una empresa, suelen pensarse que su mejora implica un incremento en los costos. Sin embargo, esta relación depende de cómo se defina la calidad. Existen dos perspectivas principales:

1. **Calidad basada en el producto:** si la calidad se mide por la cantidad de atributos o ingredientes de un producto, existe una relación directa con el costo. Mejorar aspectos como la durabilidad, el diseño o el rendimiento requiere materiales de mayor calidad y más recursos, lo que incrementa los costos.
2. **Calidad como conformidad con especificaciones:** en este enfoque, la calidad se entiende como la ausencia de defecto, lo que reduce costos al minimizar pérdidas de tiempo, gastos de garantía, indemnizaciones y daños a la reputación de la empresa. Además, una mayor calidad puede aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes (Irurita & Villanueva, 2012).

2.2.1.2. Calidad y productividad

En el pasado, se consideraba que calidad y productividad eran conceptos opuestos, ya que priorizar la calidad podía reducir la producción, mientras que centrarse en la productividad afectaba la calidad. Sin embargo, los enfoques modernos de gestión indican que es precisamente la falta de calidad lo que disminuye la productividad.

Si la productividad se define como la relación entre los productos sin defectos y los recursos utilizados, entonces cualquier mejora en la calidad, es decir, la reducción de unidades defectuosas incrementa la cantidad de productos conformes, mejorando así la productividad. Además, al disminuir los errores y los retrabajos, se optimiza el uso de los recursos, lo que permite una producción más eficiente (Irurita & Villanueva, 2012)

2.2.1.3. Calidad y rentabilidad

Existe una relación positiva entre calidad y rentabilidad, la cual puede analizarse desde dos enfoques: el mercado y los costos.

1. **Desde el mercado:** Una mejora en la calidad fortalece la reputación de la empresa, lo que incrementa la satisfacción y fidelización de los clientes. Como resultado, se generan dos beneficios clave: un aumento en las ventas y la posibilidad de ajustar los precios al alza, lo que mejora los ingresos.
2. **Desde los costos:** Al incrementar la fiabilidad y la conformidad de los productos, se reduce la necesidad de retrabajos, disminuyen los desechos y bajan los costos asociados a garantías e indemnizaciones, (Irurita & Villanueva, 2012).

Estos factores permiten tanto la reducción de costos de producción como de servicio, lo que, en conjunto, optimiza los beneficios y mejora la rentabilidad de la empresa.

2.2.1.4. Otros efectos de la calidad

- **Mejora de la imagen y el marketing-producto:** La calidad promueve la venta y es el soporte para el mantenimiento o aumento de precio. Adicional, los clientes al estar satisfechos con el nivel de calidad, este genera beneficios adicionales derivados de la publicidad que realizan los clientes
- **Facilita la adopción de nuevos sistemas de producción:** la disminución de defectos de la empresa puede plantearse la automatización de sus procesos con las garantías necesarias para conseguir un aumento de productividad y mayor flexibilidad ante las exigencias del mercado

- Aumenta la motivación, la innovación y la satisfacción de los empleados: Los empleados buscan motivos para sentirse satisfechos en el trabajo y motivando para su mejora, (Irurita & Villanueva, 2012).

2.2.3. Gestión de calidad

Para comprender a fondo el concepto, es fundamental conocer a los principales exponentes que han desarrollado distintas filosofías al respecto, así como el contexto en el que surgieron; comprender estas teorías facilita su aplicación efectiva en organizaciones modernas, incluyendo el sector hotelero. Las contribuciones de los especialistas en gestión de calidad son las siguientes:

2.2.3.1. Gestión la calidad según Edwards Deming

Edwards Deming es conocido internacionalmente cuyos trabajos introdujeron en la industria japonesa los nuevos principios de la gestión, y revolucionaron su calidad y productividad adoptando catorce puntos para la gestión que podría ayudar a la industria en América, (Deming, 1989). A continuación, las catorce aportaciones:

1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio con la finalidad de mejorar la competitividad.
2. Adoptar la nueva filosofía acorde con la era económica actual, además debe incluir responsabilidades y cargos de liderazgo para el cambio.
3. Dejar de depender de la inspección en masa, ya que la calidad no se hace con la inspección sino mejorando el proceso de producción.
4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio.
5. Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio.
6. Implantar la formación, pues la dirección necesita formación para aprender todo lo relacionado con la compañía y actuar ante los

problemas que privan al trabajador de producción de la posibilidad de realizar su trabajo con satisfacción.

7. Actualización basada en el aprovechamiento de las máquinas, herramientas y materia prima.
8. Desechar el miedo, ya que nadie puede dar de sí mismo si no se sienten seguros.
9. Derribar las barreras entre las áreas de staff, debe haber trabajo en equipo.
10. Eliminar los slogans, exhortaciones y metas para la mano de obra, ya que puede causar frustraciones en los trabajadores.
11. Eliminar los objetivos numéricos para los directivos.
12. Eliminar las barreras que privan a los colaboradores de su derecho a estar orgullosos de su trabajo.
13. Estimar la educación y la automejora de todos los colaboradores.
14. Actuar para lograr la transformación (Deming, 1989).

2.2.3.2. Gestión de calidad según Joseph Jurán

En 1954, Joseph Jurán propuso un modelo de liderazgo enfocado en la calidad, estableciendo cinco principios fundamentales:

- Evaluar los costos derivados de una mala calidad, ya que reducir gastos sin un enfoque adecuado no conduce a mejoras en la calidad.
- Diseñar productos y servicios que se ajusten a su uso previsto, garantizando que satisfagan las necesidades del cliente.
- Asegurar la conformidad del producto o servicio en base a la relación con el cliente, sin descuidar las expectativas establecidas.

- Optimizar los proyectos mediante el análisis continuo de la calidad, buscando siempre su mejora.
- Potenciar el crecimiento del negocio a través de la calidad, identificando los mejores resultados en términos de rentabilidad (López, 2021).

2.2.3.3. Gestión de calidad según Philip Crosby

Philip Crosby desarrolló la filosofía de “cero defecto”, basada en la idea de que los errores en la calidad son consecuencia de una mala gestión. Sus cinco principios clave son los siguientes:

- La calidad representa excelencia y no un lujo, ya que cualquier problema de calidad se traduce en el incremento de los requisitos establecidos.
- La calidad puede medirse con precisión a través de los costos asociados, lo que implica garantizar el cumplimiento de los estándares.
- Es más eficiente y rentable hacer las cosas bien desde el inicio hasta la conclusión del proceso.
- Los fallos en la calidad suelen originarse en los trabajadores, particularmente en el área de producción.
- La calidad depende de una adecuada orientación y supervisión dentro de la organización (Crosby, 1987, como se citó en López, 2021).

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, la gestión de calidad ha evolucionado hacia un enfoque más integral, centrado en los aspectos humanos y en la mejora de los procesos directivos dentro de las organizaciones. Este cambio responde a los desafíos que enfrentan las empresas en los mercados actuales, los cuales pueden resumirse en los siguientes aspectos:

1. Globalización de los mercados, que ha incrementado la competencia al incorporar una dimensión internacional sin precedentes.

2. Clientes exigentes: con expectativas en constante cambio y niveles de demanda más elevados.
3. Aceleración del cambio tecnológico: implica reducir los ciclos de vida de los productos.
4. Éxito de modelos de gestión de calidad más globales y participativos, que han demostrado ser más efectivos (Irurita & Villanueva, 2012).

Para afrontar estos desafíos, los enfoques tradicionales resultan insuficientes. Se requiere un sistema de gestión de calidad plenamente orientado al mercado, con un enfoque que abarque aspectos clave como el diseño, el precio, la calidad, la capacidad de distribución y la imagen de la empresa en un entorno industrial globalizado.

2.2.4. Ciclos de la calidad

Los catorce puntos de Deming ofrecen un marco para la acción y otorga a la dirección la base para la formulación de un plan de mejora. Deming establece que, para mejorar la calidad, aplicando los catorce puntos anteriores se tiene que usar el ciclo PDCA, (Irurita & Villanueva, 2012).

El principio de un sistema orientado a la gestión está estrechamente vinculado con el enfoque basado en procesos, ya que promueve la aplicación del ciclo de mejora continua PDCA o PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar). Este modelo, fue desarrollado en la década de 1920 por W. Shewhart y posteriormente difundido por Edwards Deming, razón por la cual es ampliamente reconocido como el ciclo de Deming (García, Carlos, & Luis, 2003).

- a) **Plan:** Esta fase incorpora la definición del problema. Se realiza un análisis exhaustivo de los problemas del estado actual para identificar las causas fundamentales. Para ello, se evalúan diversas soluciones y se seleccionan las más viables y rentables.

En este proceso, se pueden detectar múltiples oportunidades de mejora, por lo que es recomendable utilizar herramientas como matrices de priorización para elegir la más

relevantes. Una vez definido el problema, es importante describir el proceso relacionado mediante herramientas como diagramas de flujo o mapeo de la cadena de valor, lo que facilita la identificación de áreas de optimización (Patel & Deshpande, 2017).

La recopilación de datos es esencial para comprender la situación actual y medir el impacto de las mejoras. Para ello, se puede emplear herramientas estadísticas como diagramas de Pareto, histogramas y diagramas de control. Finalmente, se deben identificar todas las posibles causas del problema y determinar su origen principal. Métodos como la lluvia de ideas, el diagrama de causa y efecto (espina de pescado) y la técnica de los cinco porque son útiles para encontrar la raíz del inconveniente y garantizar la implementación de una solución efectiva (Patel & Deshpande, 2017).

- b) Hacer:** Después de comprender la situación actual y definir un plan de mejora, la fase “hacer” consiste en implementar las soluciones propuestas. No se trata solo de una prueba, sino de una aplicación real con la intención de generar un cambio significativo. Durante esta etapa, es clave apoyar a quienes participan en el proceso para garantizar que comprendan y sigan correctamente las mejoras. También es fundamental recopilar y documentar datos, registrar problemas, observaciones y aprendizajes obtenidos para futuras optimizaciones.
- c) Verificar:** En esta fase, se evalúan los resultados de las mejoras implementadas. Se analiza qué aspectos funcionaron bien, qué aprendizajes surgieron y qué ajustes podrían realizarse para perfeccionar aún más el proceso. Si los resultados no son favorables, se debe volver a la etapa de planificación; si son positivos, las soluciones probables se consolidan en la fase de acción. Para el análisis, se comparan los datos nuevos con los iniciales utilizando herramientas como diagramas de Pareto, histogramas, gráficos de control y radar; permitiendo verificar si los objetivos se han cumplido. Finalmente, se documentan los conocimientos adquiridos y se reflexiona sobre los hallazgos inesperados, asegurando una mejora continua.

d) Actuar: En esta última fase del ciclo de mejora, las soluciones implementadas se consolidan mediante la estandarización y posible expansión a otras áreas de la organización. Para garantizar la mejora continua, es fundamental repetir el ciclo constantemente y seguir optimizando los procesos, (Patel & Deshpande, 2017). Existe tres posibles enfoques.

- **Adoptar:** si la mejora cumple con los objetivos establecidos, se procede a su estandarización y monitoreo mediante herramientas como diagramas de ejecución o de control.
- **Ajustar:** si los resultados fueron óptimos, se pueden revisar estrategias, recopilar nuevos datos o modificar la intervención para repetir la fase “Hacer”.
- **Abandonar y replantear:** Si no se logran mejoras, se deben analizar las lecciones aprendidas, reconsiderar objetivos o identificar nuevas causas antes de reiniciar el ciclo (Patel & Deshpande, 2017).

El método PDCA proporciona un marco estructurado basado en datos que permiten mejorar continuamente la eficiencia, calidad y productividad dentro de los procesos y servicios.

2.2.5. Sistemas de gestión de la calidad

Un sistema de gestión de calidad busca garantizar la seguridad y satisfacción del cliente con el fin de cumplir los objetivos establecidos. Para obtener resultados favorables en cualquier actividad, una gestión eficiente es esencial, ya que, sin ella, alcanzar las metas propuestas se vuelve más complicado, aún si los objetivos se logran; los resultados serán significativamente mejores si existe una administración adecuada y una organización efectiva en todos los ámbitos de la empresa, como el suministro de materiales, el capital, las instalaciones y los recursos humanos (Irurita y Villanueva, 2012).

La empresa tiene que definir el alcance de su sistema de gestión de calidad. Los principios básicos de los sistemas de gestión de calidad, según norma ISO 9001 (2015), son:

- **Enfoque al cliente:** La alta dirección se encarga de liderar y comprometer hacia el cliente para satisfacerlo, asegurando que cumplan de manera continua los requerimientos del cliente, así como las normativas legales y reglamentos aplicables. Además, se analicen y tomen en cuenta los riesgos y las oportunidades que puede afectar en la conformidad de los productos y servicios (ISO 9001, 2015).
- **Liderazgo:** Establece que la dirección de una organización debe asumir un papel activo en la gestión de calidad. No basta con implementar un sistema de calidad, es fundamental que los líderes lo respalden, lo promuevan y lo integren en las operaciones diarias. Además, que, no solo la alta dirección debe estar comprometida, sino que debe fomentar una organización en la que todos los miembros participen activamente en la mejora de la calidad (ISO 9001, 2015).
- **Compromiso de las personas:** El compromiso de todo equipo en el sistema de gestión de la calidad es fundamental para la organización. Los empleados deben ser conscientes de su papel dentro del sistema, porque su trabajo es clave para garantizar la calidad. Ya que, son un recurso valioso por sus habilidades y capacidades que deben utilizarse de manera efectiva en beneficio de la empresa. Es fundamental que contribuyan al diseño de sus puestos, a la formación de compañeros, a la planificación de los horarios y a la mejora de procesos mediante sugerencias o iniciativas (Irurita y Villanueva, 2012)
- **Enfoque a procesos:** Para lograr mayor eficacia, es necesario gestionar recursos y actividades de manera organizada con el fin de alcanzar los resultados esperados. Existen distintos procesos dentro de una organización, como la compra de materiales, almacenamiento, la gestión de devoluciones, contabilidad y producción. Es importante identificar aquellos procesos claves que influyen en varias áreas de la empresa, analizar su impacto y buscar mejoras continuas. Además, se deben asignar responsables con una visión integral para evaluar cómo

cada proceso afecta a los distintos departamentos, proponer mejoras y establecer indicadores de desempeño (Irurita y Villanueva, 2012).

- **Mejora:** tiene como objetivo permanente la mejora de la calidad como una actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos; aunque en unos casos hay mayor coste, siempre se puede mejorar (Irurita y Villanueva, 2012)
- **Toma de decisiones basada en la evidencia:** Este principio se fundamenta en la evaluación de datos y la información obtenida del sistema para la toma de decisiones acertadas. Dicha decisión debe basarse en un enfoque objetivo, aplicando sentido común, equilibrio y prudencia en su análisis (Irurita y Villanueva, 2012).
- **Gestión de las relaciones:** Es primordial la relación entre proveedores-cliente y la comprensión de su interdependencia, puesto que los unos dependen de los otros. Conviene establecer sistemas de colaboración, mejora, calidades concertadas, entre otros (Irurita y Villanueva, 2012).

Adicionalmente, hay que tener en cuenta otros importantes términos como Modelos de Excelencia que es una práctica muy extendida en múltiples países; además de implementarse otros modelos como el EFQM (European Foundation for Quality Management), Malcolm Baldrige y el Modelo Iberoamericano, que no son una norma como tal, sino un modelo como herramienta para gestión y mejora continua; desarrollados tras el éxito del Modelo Deming en Japón (Gómez, Martínez, y Martínez, 2014). El modelo de Excelencia está compuesto por un conjunto de criterios y subcriterios que son evaluados por la organización o empresa para obtener sus puntos fuertes y débiles y definir planes de acción consecuentes. Para la mejora continua de su gestión y sus resultados (Membrano, 2002).

Los principios de calidad total son la base sobre la cual se han desarrollado los modelos de excelencia, proporcionando a las empresas un enfoque de gestión que busca el éxito a largo plazo y la optimización de sus resultados (Gómez, Martínez, y Martínez, 2014).

Para establecer las relaciones entre estos conceptos, se puede decir que los Modelos de Excelencia están diseñados para llevar a la práctica los principios de la Calidad Total. Esto es fundamental, ya que la Calidad Total es una filosofía de gestión, mientras que los modelos de Excelencia permiten aplicar sus conceptos de manera estructurada. En cuanto a la relación entre la norma ISO 9000 y los modelos de excelencia, la ISO 9000 puede y suele ser una parte de estos modelos, ya que proporciona un marco normativo que contribuye a su implementación (Irurita y Villanueva, 2012).

2.2.6. Modelos de excelencia

Los modelos teóricos permiten definir una visión clara y estructurada de los procesos organizacionales, proporcionando coherencia en su gestión. Entre los modelos más destacados se encuentra European Foundation Quality Management (EFQM), Deming Prize (DP), Service Profit Chain y Calidad del Servicio (SERQUAL), Malcom Balding National Quality Program (MBNQA); los cuales se describirán a continuación

2.2.6.1. Modelo EFQM

El modelo tiene un marco de trabajo no prescriptivo, constituido por nueve criterios, que facilitan a las organizaciones a orientarse en el camino de la excelencia. Las empresas que lo utilizan tienen como prioridad orientar la gestión a la satisfacción del cliente, situar la calidad como objetivo prioritario, mejorar continuamente los procesos de la empresa, fomentar la participación de todos los empleados. Además, este modelo con los resultados excelentes con respecto al rendimiento general de una organización, en sus clientes, personas y en la sociedad en la que actúa, se logran mediante un liderazgo que maneje e impulse la política y

estrategia, que se hará realidad a través de las personas, las alianzas, recursos y los procesos (Andrade & Labarca, 2011).

2.2.6.2. Modelo Malcom Baldrige National Quality Program (MBNQA)

El modelo Malcom Baldrige enfatiza que los líderes organizacionales deben centrarse en la dirección estratégica y en la satisfacción del cliente. Así mismo, deben tomar decisiones y gestionar el rendimiento basándose en resultados concretos. Para ello, es fundamental el rendimiento basándose en resultados concretos. Para ello, es fundamental que las estrategias clave se construyan sobre la base de indicadores de desempeño y conocimiento organizacional. Dichas estrategias deben estar alineadas con los procesos esenciales y la asignación eficiente de recursos, lo que permite mejorar el rendimiento general de la organización y la satisfacción tanto de los clientes como de otros grupos de interés. Este modelo se estructura en criterios y subcriterios que sirven como herramienta para la autoevaluación empresarial y retroalimentación de las organizaciones que buscan mejorar su desempeño. Los criterios del modelo MBNQA contribuyen a optimizar las prácticas organizativas, fortalecer sus capacidades y mejorar los resultados. Además, facilitan la comunicación y el intercambio de información sobre las mejores prácticas, ayudando a comprender, gestionar y planificar el desempeño organizacional, así como a identificar oportunidades de aprendizaje, (Andrade & Labarca, 2011). El modelo se basa en tres elementos fundamentales:

1. **Prefacio:** Incluye el perfil organizacional, su entorno, relaciones clave y desafíos estratégicos, los cuales definen el contexto en el que opera la organización y guían su sistema de gestión del desempeño
2. **Operación del sistema:** Comprende seis criterios centrales que determinan el funcionamiento organizativo como liderazgo, planificación estratégica, orientación al cliente y al mercado, gestión de recursos, enfoque en procesos y resultados empresariales

3. **Fundamentos del sistema:** Se enfocan en la medición, el análisis y la gestión del conocimiento, aspectos esenciales para una gestión organizativa basada en hechos, que impulsen la mejora del desempeño y la competitividad

2.2.6.3. Modelo de calidad de servicio (Modelo SERVQUAL)

Este modelo es una escala de múltiples variables o dimensiones, propone que la calidad de servicios puede medirse en función de la satisfacción del cliente en términos de comprar la percepción del servicio recibido con sus expectativas iniciales, (Andrade & Labarca, 2011). Mientras que la calidad percibida puede definirse como la opinión del cliente sobre la posición general y la excelencia del servicio recibido, la calidad esperada explica las expectativas sobre el servicio recibido (Baki, Basfirinci, Cilingir, & Murat, 2009).

El SERVQUAL brinda información detallada sobre la percepción de los clientes respecto al servicio de una empresa, incluyendo sus opiniones, comentarios y sugerencias para mejorar ciertos aspectos. Además, recoge la perspectiva de los empleados en relación con las expectativas y percepciones de los clientes. Este modelo también funciona como herramienta para la mejora continua y permite comparar el desempeño de la organización con el de otras empresas (Matsumoto, 2014).

Las cinco dimensiones para medir la calidad de servicio son las siguientes:

1. **Aspectos tangibles:** Instalaciones físicas, equipo, apariencia externa de la tienda y apariencia del personal
2. **Confiabilidad:** Capacidad de la empresa para prestar el servicio prometido de forma fiable y precisa
3. **Capacidad de respuesta:** Disposición de la empresa para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido

4. **Seguridad:** nivel de conocimientos cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza. Esta dimensión también incluye competencia, cortesía, credibilidad y seguridad
5. **Empatía:** Atención personalizada y atenta que la empresa brinda a sus clientes. Esta dimensión incluye el acceso, la comunicación y la comprensión de los clientes (Baki, et al., 2009).

2.3. Hospitalidad de alta gama y su impacto en la experiencia del huésped

De acuerdo con Foster (1994), en el pasado los hoteles simplemente eran lugares para pasar la noche, pero hoy en día el negocio de la hospitalidad es una de las industrias que crece con más rapidez a nivel global, ofrece servicios de alimentos, bebidas y banquetes, facilidades para llevar a cabo conferencias y paquetes muy completos de vacaciones y recreación.

La industria de la hospitalidad es un sector exigente que demanda un alto nivel de especialización. La mayoría de los clientes que se alojan en un hotel o disfrutan de una comida en un restaurante no suelen percatarse de la cantidad de profesionales especializados que hacen posible el correcto funcionamiento de estos establecimientos y su rentabilidad. Este campo ofrece numerosas oportunidades de desarrollo para quienes cuentan con la formación adecuada. Además, el entorno laboral es dinámico, presenta desafíos constantes y brinda múltiples posibilidades de crecimiento profesional (Foster, 1994).

En una línea de producto, son frecuentes tres grados básicos (lujo, de menos lujo y económico) y sirve para ilustrar el enfoque. Estos tres grados se basan en la calidad y los tipos de características, beneficios y ventajas que espera el cliente. El grado del producto también establece el nivel esperado de satisfacción del usuario. Aunque los nombres de los grados determinado pueden ser diferentes y la estructura de grados puede contener más o menos divisiones, los clientes generalmente son conscientes, a través de la publicidad, los prospectos de venta y similares, de que existe una estructura de grados (Juran, 1998).

La mayoría de los clientes tienen expectativas que van más allá de los requisitos funcionales del producto o servicio que se utiliza, especialmente cuando el viaje es por periodos prolongados o una ocasión especial cuando su destino es prolongado esperan que su experiencia sea memorable. Las características de la experiencia son cuestiones acumuladas de naturaleza psicológica: el aspecto y la sensación del entorno, la calidez del recibimiento, la sensación de comodidad e importancia. Estas cuestiones sensoriales crean ventajas personales para los clientes que tienen un efecto importante en su lealtad y disponibilidad a pagar precios superiores (Juran, 1998).

El sentido del tacto puede verse fácilmente dañada por una actividad indiferente, una alfombra sucia, un ruido molesto, una sonrisa poco sincera o cualquier aspecto inapropiado. El daño se agrava porque los humanos tienen tendencia a juzgar lo que no pueden ver por lo que pueden ver y la magnitud del daño se multiplica rápidamente porque la noticia (de las cualidades sensoriales ofensivas) se difunde rápidamente.

Si bien los clientes suelen albergar expectativas poco realistas, los desarrolladores y operadores de productos de alta calidad a menudo establecen estándares no funcionales a nivel que van más allá de los percibidos por los clientes, lo que agrega costos en lugar de valor.

2.3.1. Atención personalizada

1. En la gestión empresarial hotelera, diversos elementos estratégicos orientan a las organizaciones en la búsqueda de la satisfacción de sus huéspedes. Para garantizar el éxito en la atención personalizada al cliente, las empresas del sector deben considerar factores claves, entre los cuales destacan el liderazgo, la optimización de sus procesos operativos, la adecuada gestión del capital y talento humano, así como el desarrollo de una cultura organizacional bien estructurada. Este último aspecto resulta fundamental, ya que permite a los colaboradores comprender la esencia misión de la empresa. Cuando los empleados se sienten

identificados con la organización y perciben que forman parte integral de ella, su nivel de motivación aumenta, lo que se traduce en un desempeño más entusiasta y de mayor calidad. Este compromiso no solo mejora la experiencia del cliente externo, sino que también fortalece el ambiente laboral y la satisfacción del cliente interno, contribuyen al éxito y sostenibilidad del negocio hotelero (Najul, 2011).

2. En la gestión hotelera, la calidad en el servicio personalizado constituye el eje central de toda estructura organizativa y de quienes forman parte de ella. Roger Dow, vicepresidente de ventas y servicios de marketing de Marriot Hotels and Resorts, resalta esta premisa al afirmar que las cuatro "P" del marketing de servicios se reducen a un solo factor esencial: las personas. En el contexto de la hospitalidad, los huéspedes interactúan con un complejo sistema de prestación de servicios, donde la atención al detalle y el enfoque en el cliente deben estar presentes en cada nivel de la empresa, independientemente si los empleados tienen contacto directo con los clientes o no.
3. La cadena hotelera Marriot enfatiza que el reconocimiento del personal es un factor determinante para el adecuado funcionamiento de la organización. Aunque esta afirmación puede parecer sencilla, resulta clave para el éxito en la gestión hotelera. En este sentido, la dirección de un hotel no solo implica la administración operativa, sino que también constituye una estrategia de marketing interno.
4. La atención personalizada al cliente en el sector hotelero debe permear todos los ámbitos de la empresa, incluyendo a los proveedores de servicios externos, como las agencias de viajes a través de las cuales se gestionan reservas. Según Grönroos, una experiencia negativa en cualquiera de estos puntos de contacto puede afectar la percepción del huésped sobre el hotel, ya que el cliente tiende a asociar el establecimiento con la calidad del servicio recibido durante todo el proceso de contratación y estancia (Grönroos, 1994) .

2.3.2. Ciclo de servicio en la hotelería

La satisfacción del cliente con respecto a un producto o servicio depende de diversos factores, entre ellos la capacidad de la empresa para atender sus necesidades, cumplir sus expectativas e incluso superarlas. En este sentido, una sola interacción con el establecimiento puede generar múltiples momentos de verdad, los cuales representan instancias claves en la percepción del servicio recibido.

Para garantizar experiencias positivas en estos momentos, es fundamental implementar un ciclo de servicio, el cual actúa como un esquema que refleja los distintos puntos de contacto entre el cliente y la empresa a lo largo de su experiencia. En el sector hotelero, este ciclo mapea cada una de las interacciones del huésped, desde el primer contacto para gestionar una reserva hasta su salida del establecimiento.

Cada fase del ciclo de servicio puede incluir diferentes momentos de verdad, cuya identificación y gestión debe estar alineadas con la categoría del hotel, su propuesta de valor y su misión corporativa. Además, es esencial que este proceso este respaldado por un enfoque sistemático que permita comprender y responder a las expectativas del cliente.

La estructura y las etapas del ciclo de servicio pueden variar en función de factores como la clasificación del hotel, su tamaño, tipo y concepto temático. Sin embargo, independientemente de estas diferencias, el propósito principal de este enfoque es optimizar la experiencia del huésped, asegurando un servicio de calidad en cada punto de contacto. (Xavier, 2009).

El ciclo de operación constituye la base del planeamiento estratégico y operativo de cualquier empresa, ya que permite comprender las necesidades del cliente y establecer un vínculo más cercano con él. A través de este proceso, se identifican los procedimientos claves que el establecimiento debe llevar a cabo, así como aquellos procesos de apoyo que resultan esenciales para alcanzar los objetivos organizacionales.

Por otro lado, el ciclo de vida de los servicios se ha vuelto cada vez más breve, lo que implica que las ventajas competitivas no están garantizadas de manera permanente, especialmente en un entorno en constante evolución tecnológica. Esto resalta la importancia de una gestión estratégica adaptable e innovadora, que permita a las empresas mantenerse competitivas y alineadas con los demás mercados, (Suaréz, 2019).

Reserva:

El ciclo operativo de un establecimiento hotelero inicia en la fase de reserva, aunque la interacción con el cliente puede comenzar previamente a través de asesoramientos y consultas, en esta etapa inicial, el personal encargado brinda información detallada sobre los beneficios, tarifas y servicios disponibles, algunos de los cuales pueden estar incluidos en el precio y otros ser adicionales. La rapidez en la respuesta juega un papel fundamental en este primer contacto, ya que influye directamente en la decisión del cliente.

Aunque este primer acercamiento no siempre se concreta en una reserva formal, sigue siendo un punto clave en el proceso de capacitación de clientes. La gestión de reservas comprende cuatro fases esenciales:

- La solicitud de reserva
- La llegada del Huésped
- La estadía
- La salida

Durante este recorrido existen múltiples oportunidades en las que pueden ocurrir fallos, por lo que cada una de estas instancias debe manejarse con especial atención y precisión.

Las reservas pueden realizarse a través de distintos canales, tales como contacto directo con el hotel, agencia de viajes, paquetes promocionales, convenios corporativos o plataformas en línea. Debido a que el departamento de reservas interactúa con aproximadamente el 80% de

los clientes, su gestión es crucial para generar una primera impresión positiva y fomentar la confianza en el establecimiento.

Para optimizar esta fase, se recomienda aplicar la metodología AIDA, que consiste en cuatro pasos fundamentales:

1. Captar la atención del cliente
2. Mantener su interés mediante información relevante
3. Generar el deseo de hospedarse en el establecimiento
4. Provocar la acción, logrando que se concrete la reserva

Más allá de las características propias del servicio, es esencial destacar los beneficios específicos que el cliente obtendrá, garantizando así una orientación al mercado basada en la satisfacción de necesidades. Además, el hotel debe llevar un control detallado de las entradas y asignaciones de habitaciones, asegurando que cada reserva cumpla con los requerimientos específicos del huésped, lo que permitirá ofrecer un servicio personalizado y de calidad.

Llegada:

La llegada del huésped al hotel representa el primer contacto directo con las instalaciones, siendo un momento clave en la experiencia del cliente. En esta fase, el personal del establecimiento debe proporcionar respuestas claras a cualquier inquietud y ofrecer una atención personalizada que facilite la estadía. Es esencial transmitir al cliente la sensación de que su llegada era esperada y que su presencia es valiosa para el hotel.

Este primer encuentro se considera un "momento de la verdad", ya que, a partir de allí, el huésped construye su percepción inicial del establecimiento. La impresión que forme en este instante puede ser positiva o negativa, dependiendo de la calidad del servicio y la manera en que se gestione la interacción. Por ello, se debe prestar especial atención a este momento, dado que influye significativamente en la satisfacción y la experiencia general del huésped.

En la mayoría de los casos, este proceso ocurre en el área de recepción, donde el personal del hotel tiene la responsabilidad de garantizar un recibimiento cálido, eficiente y acorde con las expectativas del huésped.

Ocupación:

La tercera fase del ciclo de servicio en el hotelería corresponde a la ocupación del huésped en la habitación asignada. En este momento, se realiza la entrega del espacio, se ayuda con el equipaje y se le ofrece una orientación sobre las instalaciones y servicios disponibles en el establecimiento. Es fundamental que el cliente se familiarice con las comodidades a su disposición para maximizar su experiencia durante la estadía.

Esta etapa es la más extensa dentro del proceso, ya que abarca la mayor parte del tiempo que el huésped permanece en el hotel. Debido a su duración, es también la fase en la que pueden ocurrir más inconvenientes o fallos en el servicio. Por esta razón, es esencial que el personal del hotel este siempre disponible para escuchar y responder de manera efectiva a cualquier solicitud o inquietud del cliente, brindando soluciones oportunas que garanticen su satisfacción.

Además, generar un ambiente de cercanía y empatía puede contribuir a mejorar la experiencia del huésped. En este sentido, la interacción con los altos directivos del hotel, quienes pueden demostrar interés y compromiso con la calidad del servicio, puede ser un valor añadido que refuerce la percepción positiva del cliente sobre el establecimiento.

Salida:

La fase final del ciclo de servicio en un hotel corresponde a la salida del huésped, momento en el cual se lleva a cabo el check-out y el cliente deja de ser un residente en el establecimiento.

Esta etapa es crucial, ya que brinda la última oportunidad para consolidar una impresión positiva y fomentar la fidelización.

Durante el proceso de salida, el cliente puede expresar inquietudes, plantear problemas que haya experimentado durante su estadía o proporcionar sugerencias para mejorar el servicio. Para ello, es recomendable que el hotel implemente encuestas de satisfacción, que permitan recopilar información valiosa sobre la percepción del huésped.

Asimismo, como parte de una estrategia de fidelización, el establecimiento puede ofrecer un detalle de despedida, como un souvenir con los datos de contacto del hotel o una tarjeta de membresía que otorgue beneficios exclusivos para futuras reservas. Este tipo de acciones refuerzan la conexión con el cliente y aumentan las posibilidades de que regrese o recomiende el establecimiento a otros viajeros, (Suaréz, 2019).

2.4. Antecedentes del cantón Samborondón

La fundación del cantón Samborondón como pueblo se remonta al 24 de mayo de 1776, mientras que su independencia se declaró el 10 de octubre de 1820. Inicialmente, obtuvo su reconocimiento como cantón el 28 de julio de 1822; sin embargo, con la disolución de la Gran Colombia en 1830 paso a formar parte del cantón Guayaquil como parroquia.

El desarrollo urbano de la parroquia "La Puntilla" se vio impulsado por la construcción del puente de la unidad nacional, cuyo proyecto fue aprobado en 1952 por el comité ejecutivo de viabilidad de la provincia del Guayas, (Orozco, Guimaraes, & Hidalgo, 2021). Este puente finalizó en 1969, facilitando la conexión GUAYAQUIL-LAPUNTILLA-DAULE, promoviendo la expansión urbana del sector. La segunda y definitiva cantonización de Samborondón tuvo lugar el 31 de octubre de 1955 bajo la presidencia de José María Velasco Ibarra, con la publicación del decreto en el registro oficial número 959 (Orozco, Guimaraes, & Hidalgo, 2021).

Hasta la segunda cantonización, el cantón contaba con una baja densidad poblacional y escasa infraestructura comercial. Al momento de culminar la obra del puente se produjo un crecimiento demográfico progresivo, básicamente empezaron a migrar desde otros cantones.

Según el censo Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), Samborondón alcanzó una población de 67.590 habitantes, experimentando sus mayores tasas de crecimiento intercensal entre 1962 y 1974, es decir 12.6 % y entre el 2001 y 2010 alcanzo un 4.4 %, (Orozco, Guimaraes, & Hidalgo, 2021).

Tabla 1. Población del Cantón Samborondón

Cantón Samborondón	
Años	Habitantes
11962	4899
1974	22302
1982	25430
1990	33965
2001	45476
2010	67590
Proyecciones INEC	
2014	81388
2016	87986
2018	94983

Nota. Crecimiento poblacional de la parroquia La Puntilla
Orozco, Guimaraes y Hidalgo (2021, p. 43.).

2.4.1. Caracterización de turismo en Samborondón

El cantón Samborondón perteneciente a la provincia del Guayas, se ubica frente al cantón Duran, frente a Guayaquil, separado por el río Daule y el río Babahoyo, está unido por el puente de la unidad nacional y el puente alterno norte. Samborondón es la cabecera cantonal y sus parroquias son: la Puntilla (urbana satélite) y Tarifa(rural). Además, posee 120 recintos, tiene una extensión de 252 km², tiene la forma geométrica de un rectángulo, se encuentra a

4 metros sobre el nivel del mar, su temperatura promedio es de 25°C. Posee dos estaciones muy marcadas, seca y lluviosa; aproximadamente duran 6 meses cada una (Salas, 2018).

Samboorondón es un cantón con fuerte identidad cultural, donde destacan tradiciones como las peleas de gallos, los rodeos y las cabalgatas. Sus habitantes se identifican como montubios y basan su economía en la ganadería y la agricultura (Salas, 2018).

La economía de Samboorondón se sustenta en la agricultura y la ganadería, siendo el cultivo de gramíneas una de las actividades predominantes. Dentro de estos cultivos el arroz se posiciona como el principal recurso agrícola del cantón. Además, gracias a la presencia de ríos en la zona, la pesca de agua dulce representa una fuente complementaria de ingresos para los habitantes. Entre las especies más capturadas destacan la corvina, el bagre, el bocachico, así como una significativa producción de camarones (Municipio de Samboorondón, s.f.).

Samboorondón es ampliamente reconocido como un importante productor de arroz, siendo considerado por expertos del sector como uno de los de mejor calidad dentro del país. El arroz en Samboorondón se cosecha dos veces al año en invierno y verano, en la primera produce alrededor de 600.00 quintales y en la segunda cerca de 800.00 quintales; el cantón cuenta con 70 piladoras, su gran mayoría con altas tecnologías (Mendoza, Loor, & Vilema, 2019). Además de su actividad agrícola el cantón se distingue por su tradición artesanal, destacando la elaboración de piezas de barro y la producción de artesanía navales, como canoas.

En el ámbito gastronómico, sobresale el seco de pato, así como las tradicionales roscas y dulces típicos, los cuales debido a su sabor y calidad han logrado trascender fronteras y ser llevados a diversos destinos por los turistas que logran adquirirlos, (Municipio de Samboorondón, s.f.).

2.4.2. Oferta hotelera en Samborondón

Según el registro más reciente de la base de datos estadísticos “Turismo en cifras” del ministerio de turismo, en el año 2022 se identificaron más de 21600 establecimientos dedicados a actividades turísticas. Dentro de este sector, los servicios de alojamiento y gastronomía representaron el 83 % de la industria, con los establecimientos de alimentos y bebidas ocupando el primer lugar, seguidos por los de hospedaje, los cuales concentraron el 63 % y 20 % del total, respectivamente. Asimismo, en comparación con el año anterior, el número de establecimientos registrados experimento un incremento del 11%; no obstante, el subsector de alojamiento presento un crecimiento más moderado, con un aumento del 0.25 % en relación con el año 2021 (Torres & Miranda, 2024).

Tabla 2. Número de alojamientos registrados

PROVINCIAS	ALOJAMIENTOS REGISTRADOS
Azuay	68
Bolívar	2
Cañar	12
Carchi	3
Chimborazo	12
Cotopaxi	8
El Oro	11
Esmeraldas	32
Galápagos	3
Guayas	72
Imbabura	22
Loja	38
Los Ríos	6
Manabí	67
Morona Santiago	20
Napo	28
Orellana	15
Pastaza	7
Pichincha	132
Santa Elena	33
Santo Domingo	13
Sucumbíos	15
Tungurahua	43
Zamora Chinchipe	7
Total	669

Nota. Detalle de establecimientos dedicados al alojamiento en Ecuador por provincias en el año 2023 Ministerio de Turismo (2024).

En Ecuador actualmente están registrados formalmente 669 establecimientos de alojamiento; a nivel provincial Pichincha es la que posee 132 siendo la provincia que cuenta con mayor número, En lo concerniente a la provincia del Guayas, 8 de 25 cantones cuentan con 72 establecimientos, un número considerable se encuentra en Guayaquil siendo 47 sitios de alojamiento registrados, los cantones Playas tiene 8, Daule 6, Samborondón 3, Milagro 2, El Triunfo 1, Pedro Carbo 1 y Naranjito 1 (Ministerio de Turismo, 2024). En el cantón Samborondón, la oferta de alojamiento es limitada, con solo tres establecimientos hoteleros, entre los que más destaca el Hotel del Parque, los cuales representan apenas el 1 % del total de la provincia. Aunque la competencia dentro del cantón es baja debido a la reducida cantidad de opciones de hospedaje, la proximidad con Guayaquil modifica significativamente este panorama. Guayaquil al ser la capital de la provincia del Guayas cuenta con la mayor oferta de alojamiento en la región, influye en la dinámica turística y en la preferencia de los visitantes que buscan opciones de alojamientos (Ministerio de Turismo, 2024).

2.4.3. Hotel del Parque

Según Ortiz (2023) detalla que el Hotel del Parque se define a sí mismo como un hotel boutique. Los hoteles boutique se caracterizan por estar ubicados en zonas privilegiadas, contar con un diseño cuidadosamente elaborado y brindar un servicio de lujo con atención personalizada. Entre sus principales atributos destaca su capacidad limitada, ya que se deben disponer de un mínimo de diez habitaciones y no superar las cien. Esta restricción responde a la necesidad de ofrecer un servicio exclusivo y altamente personalizado, garantizando así una experiencia íntima y enfocada en la calidad antes que, en la cantidad, (Lara, 2020).

Los hoteles boutique se distinguen por ofrecer una experiencia de hospedaje excepcional, enfocada en la calidez y la comodidad, con el objetivo de que los huéspedes se sientan en un ambiente acogedor y exclusivo. Su arquitectura y diseño son cuidadosamente elaborados, adaptándose a las necesidades y expectativas de cada cliente. Aunque estos hoteles siguen una línea estilística definida, pueden formar parte de una cadena hotelera sin necesidad de

compartir características uniformes. Un ejemplo de ello es Hotel del Parque, que pertenece a la cadena hotelera Oro Verde, pero se diferencia significativamente en su estética y en los servicios que ofrece en comparación con otros establecimientos de la misma marca (Lara, 2020).

Según el mismo autor, la ubicación es un aspecto clave en los hoteles boutique, ya que suelen establecerse en zonas urbanas exclusivas y sofisticadas. En muchos casos, estos hoteles están situados en edificaciones históricas, lo que otorga un carácter único y distintivo. Un claro ejemplo de ello es el Hotel del Parque, cuya infraestructura destaca por ser una construcción restaurada del siglo XIX ubicada dentro del Parque Histórico Guayaquil, en una zona privilegiada de Samborondón. Además, el diseño interior de estos hoteles tiende a mantener elementos históricos, fusionándolos con toques de elegancia moderna. En este sentido, el Hotel del Parque refuerza su identidad al promocionarse como un espacio donde convergen el pasado y el presente, (Torres & Miranda, 2024).

Uno de los elementos distintivos de los hoteles boutique es su capacidad para reflejar la identidad cultural de la ciudad en la que se encuentran. Esto se logra a través de la exhibición de arte local y la incorporación de ingredientes autóctonos en su oferta gastronómica. En este contexto, el Hotel del Parque brinda diversas experiencias a sus huéspedes para acercarlos a la riqueza cultural de la región. Entre sus propuestas destacan recorridos por el Parque Histórico Guayaquil, visitas a establecimientos y comedores tradicionales, así como la posibilidad de explorar el Museo del Cacao y del Chocolate. Este último resalta la importancia del cacao en la historia económica del país, especialmente durante el auge cacaotero entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX, periodo en el que se ambienta la zona donde está ubicado el hotel, (Torres & Miranda, 2024).

El entorno natural constituye un atractivo turístico fundamental en la localidad, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de explorar la biodiversidad del Parque Histórico Guayaquil. Dentro de este espacio, es posible observar de cerca la vida silvestre, conocer la variedad de

flora y fauna autóctona, así como recorrer edificaciones patrimoniales que reflejan la arquitectura de la ciudad.

El Hotel del Parque se distingue por formar parte de Relais & Châteaux, una prestigiosa asociación internacional que agrupa hoteles y restaurantes de alto nivel en distintos países de los cinco continentes (Lara, 2020). Obtener este reconocimiento implica un compromiso con excelencia en hospitalidad y gastronomía. Para alcanzar esta distinción, se evalúan criterios rigurosos, entre ellos, la calidad excepcional en el servicio, la oferta de un restaurante gourmet, el cual poseen y se llama Casa Julián, la clasificación como hotel boutique y la singularidad de sus instalaciones. Un jurado especializado se encarga del proceso de selección y supervisión, determinando si el establecimiento refleja auténticamente los valores y estándares de la organización (Torres & Miranda, 2024).

En Ecuador, únicamente cuatro hoteles han logrado formar parte del exclusivo grupo Relais & Châteaux. De estos, dos están situados en las Islas Galápagos, uno en la ciudad de Quito y el Hotel del Parque, que se distingue por ser el único en la provincia del Guayas en obtener esta prestigiosa distinción.

Hotel del Parque se encuentra a la altura del Km 1½ vía a Samborondón, entre la avenida Los Arcos y Malta, dentro del complejo Parque Histórico Guayaquil. El hotel utiliza el software Revinate como parte de su estrategia de gestión de la experiencia del huésped, integrando tecnología de punta para fortalecer la relación con sus huéspedes. Esta herramienta permite al hotel recopilar y analizar las opiniones de los turistas en tiempo real, automatizar campañas de marketing personalizadas y comprender las preferencias individuales de cada visitante. A través del uso del Net Promoter Score (NPS), se miden los niveles de satisfacción y se generan planes de mejora basados en datos objetivos. La implementación de Revinate, junto con un CRM especializado, permite ofrecer experiencias personalizadas, aumentar la lealtad del cliente y fomentar reservas repetidas. La evidencia del cumplimiento de este sistema se refleja al momento del retorno del huésped, quien percibe mejoras concretas derivadas de

sus comentarios previos. Así, el Hotel del Parque logra no solo satisfacer, sino anticipar las expectativas del cliente, consolidando una ventaja competitiva dentro del sector turístico de alto nivel. (Hotel del Parque , 2025).

Tabla 3. Servicios

SERVICIOS
-Restaurant Casa Julián
-Wi-Fi complementario de alta velocidad
-Fitness Center
-Spa ubicado en un campanario con vista 360° sobre los jardines
-Dos patios internos con fuentes y arboles tropicales
-Sala de lectura 24 horas, con café, jugos, galletas horneadas y pastelería complementaria
-Room Service 24 horas
-Experiencias para huéspedes como la búsqueda del tesoro para niños, jardín de hierbas y el santuario de vida silvestre
-Capilla con diseño gótico, renacentista y mediterráneo

Nota. **Adicionales del Hotel del Parque** Hotel del Parque (2025).

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño metodológico

En este capítulo se detallarán los procesos y metodologías empleadas en la recopilación de información, así como la ejecución de las actividades planificadas en función de los objetivos específicos. Todo ello con el propósito fundamental de llevar a cabo el desarrollo del trabajo de titulación, requisito previo para la obtención del título "Licenciado en Hotelería y Turismo".

3.1.1. Tipo de investigación

El desarrollo de este trabajo de titulación se basa en distintos enfoques de investigación, predominando aquellos que implican trabajo de campo y entrevistas a fuentes claves, relacionadas con el sector hotelero. En el transcurso del estudio, se analizarán diversos datos con el objetivo de fundamentar y demostrar los hallazgos obtenidos.

3.1.2. Investigación descriptiva

Según Fidias (Arias, 2012) la investigación descriptiva se enfoca en analizar y detallar las características de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el propósito de identificar su estructura y comportamiento; trabaja sobre realidades de hechos y su aspecto fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

La presente investigación se aplicó para dar resultado a uno de los objetivos por cumplir, el cual es: analizar la gestión de la calidad del Hotel del Parque desde la perspectiva de la hospitalidad de alta gama; mediante la recopilación de datos y características que posee el establecimiento.

La investigación se orienta a analizar datos reales, sin manipular variables, permitiendo entender la situación actual y plantear mejoras fundamentales en evidencia.

A través de la evaluación de procesos, la identificación de percepciones de los clientes y la formulación de recomendaciones estratégica, se detallan y describen los elementos clave que influyen en la calidad del servicio.

La importancia de esta investigación radica en proporcionar información clave sobre cómo se manejan los procesos de calidad en el Hotel del Parque y que aspectos pueden optimizarse para una mejor experiencia de sus huéspedes; los hallazgos podrán servir como referencia para otros estudios en la industria hotelera y para el desarrollo de nuevas estrategias en establecimientos de características similares.

3.1.3. Investigación de Campo

Según Fidias (Arias, 2012) la investigación de campo se caracteriza por la recopilación de información directamente de los sujetos involucrados o del entorno donde se desarrollan los acontecimientos. Este proceso se basa en la obtención de datos primarios sin intervención en las variables, lo que implica que el investigador se limita a recolectar la información sin modificar las condiciones existentes. Debido a esa naturaleza se clasifica como un tipo de investigación no experimental.

Se justifica este enfoque porque la recolección de datos se realiza directamente en el entorno del Hotel del Parque, mediante encuestas, entrevistas y observaciones.

Se podrá conocer de primera mano las experiencias de los huéspedes y las prácticas operativas del hotel, asegurando información fidedigna y contextualizada, al ser una investigación aplicada en el lugar de estudio, se obtiene un panorama realista y actualizado sobre la gestión de calidad en el ámbito de la hospitalidad de alta gama.

Además, es un diseño transversal por cuanto los datos serán recolectados en un solo momento específicamente durante el mes de marzo 2025.

3.2. Enfoque de investigación

3.2.1. Cualitativo

La investigación cualitativa se centra en la comprensión profunda de un fenómeno, enfocándose en la calidad y en los atributos de las muestras analizadas, los cuales no pueden ser cuantificados numéricamente. Este tipo de investigación posee un enfoque subjetivo y

está orientado al análisis de procesos, priorizando la interpretación de significados y experiencias.

Para la recopilación de datos, se emplean metodologías como entrevistas, estudios de caso, observaciones y otras técnicas de investigación que permitan obtener información detallada y contextualizada sobre el objeto de estudio, (Monje, 2011).

Este enfoque será aplicado en el Hotel del Parque debido a que permite explorar en profundidad la percepción del personal y los huéspedes respecto a la calidad del servicio. A través de entrevistas y observaciones directas, se podrá comprender como se vive la hospitalidad, que elementos fortalecen o debilitan la experiencia del cliente y como se gestionan los estándares de calidad en el día a día del hotel.

3.2.2. Cuantitativo

La investigación cuantitativa se basa en el análisis de datos numéricos que pueden ser medidos y cuantificados, lo que permite obtener resultados concretos y verificables. Este tipo de estudios tiene un enfoque objetivo, centrado en la obtención de resultados precisos y en la identificación de patrones o tendencias dentro de la información recolectada. Para la recopilación de datos, se utilizan métodos estructurados como encuestas, cuestionarios y muestreos probabilísticos, garantizando así la representatividad y validez de los hallazgos obtenidos, (Arias, 2012).

Este enfoque será aplicado en el Hotel del Parque con el fin de obtener información cuantificable sobre la percepción de la calidad del servicio por parte de los huéspedes. A través de encuestas se podrán identificar niveles de satisfacción, detectar áreas específicas de mejora y medir el cumplimiento de los estándares establecidos, lo que permitirá tomar decisiones fundamentales para optimizar la gestión del servicio.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

3.3.1. Entrevistas

La entrevista es un dialogo estructurado entre dos personas, en el cual el investigador formula una serie de preguntas previamente diseñadas o plantea un tema de discusión con el objetivo de obtener información sobre la perspectiva o conocimientos del entrevistado respecto a un tema específico (Arias, 2012). Dependiendo de su propósito, las entrevistas pueden clasificarse en tres tipos principales:

- **Entrevista estructurada:** Corresponde a que el entrevistador lleva preguntas específicas y se limita solo a ellas.
- **Entrevistas semiestructuradas:** Corresponde a tener un cuestionario de preguntas previamente realizadas, sin embargo, a medida del transcurso del tiempo pueden surgir nuevas interrogantes y también son abordadas. Llevaremos a cabo estas entrevistas con personal del Hotel del Parque para obtener información sobre la gestión de calidad que se aplica en su día a día.
- **Entrevistas informales:** Sucede cuando el entrevistador no lleva un cuestionario a las entrevistas, pero si tiene en claro el objeto de esta y su tema específico. Este tipo de entrevista se convierte en una conversación entre el entrevistado y entrevistador y así se crea cierto nivel de confianza.

Las entrevistas serán realizadas al personal del Hotel del Parque que puedan aportar con el desarrollo del trabajo de investigación con fin de obtener su opinión sobre los servicios y productos proporcionados por el establecimiento; así como también a huéspedes para conocer su punto de vista y necesidades para poder saber de primera mano su satisfacción o no.

3.3.2. Encuestas

Según (Useche, Artigas, Queipo, & Perozo, 2019), la encuesta se puede definir como un método estandarizado utilizado para recopilar información, ya sea de forma oral o escrita a partir de una muestra representativa de individuos. Este procedimiento permite obtener respuestas precisas a los cuestionamientos planteados, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos de la investigación. En este estudio, las encuestas serán aplicadas a un grupo específico de personas que hayan experimentado una estadía en el Hotel del Parque a partir del mes de marzo del 2025, a fin de identificar la satisfacción de su estadía en el hotel con referencia a la gestión de calidad en los servicios vividos. La encuesta se realizó con la herramienta Google Form, previa elaboración de un formato de encuesta. Se utilizó la escala de tipo Likert, que es un sistema psicométrico del cual a quien se encuesta indicará su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, (Matas, 2018). La escala incluye cinco puntos de respuesta que fueron “muy alto”, “alto”, “medio”, “bajo” y “muy bajo”. Los resultados obtenidos fueron registrados en una hoja de Excel.

3.3.3. Observación

El método de la observación corresponde a la realidad visual de un proyecto u objeto de estudio. Según (Campos & Lule, 2012) la observación se define como un método estructurado y lógico para el registro visual y verificable de los fenómenos que desean estudiar. Su propósito es captar de la manera más objetiva posible los acontecimientos del mundo real, con fin de describirlos, analizarlos o explicarlos desde un enfoque científico. Esto la diferencia de la observación empírica, en la cual las personas utilizan la información obtenida de forma práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades cotidianas.

Este enfoque se aplicará en el Hotel del Parque para observar directamente las interacciones entre el personal y los huéspedes, así como la ejecución de los estándares de calidad en el servicio. Permite registrar comportamientos, actitudes y rutinas en tiempo real, facilitando una

comprensión más precisa del ambiente de hospitalidad y ayudando a identificar oportunidades de mejora sin interferir en la dinámica natural del entorno.

3.3.4. Revisión documental

La revisión documental es una herramienta esencial en la generación de conocimiento, ya que amplía los marcos teóricos y conceptuales de los estudiantes, enriqueciendo su vocabulario y su capacidad de analizar la realidad desde su campo de estudio. Además, representa un incentivo para el desarrollo de procesos investigativos, permitiendo la difusión de sus hallazgos en el ámbito académico tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, fortalece la solidez de la investigación al basarse en la consulta y análisis de fuentes confiables dentro a bases de datos reconocidos (Gómez, Carranza, & Ramos, 2016).

Utilizando estas técnicas se podrá evaluar los procesos actuales de gestión de calidad del Hotel del Parque.

3.4. Diseño muestral

3.4.1. Población y muestra

De acuerdo con los reportes obtenidos del Hotel del Parque del primer trimestre del año pasado, se hizo una comparativa del primer trimestre del 2025; por tanto, se utilizará el muestreo no probabilístico por conveniencia, que permitirá encuestar a 60 huéspedes del hotel en el mes de marzo, pues son accesibles para el investigador y con lo cual se podrá identificar las percepciones y expectativas de los turistas, lo que permite una recolección eficiente de datos sin interrumpir su experiencia. Además, al tratarse de una investigación enfocada en evaluar la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente, resulta útil contar con opiniones inmediatas y reales que aporten información relevante para el análisis y la mejora continua.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

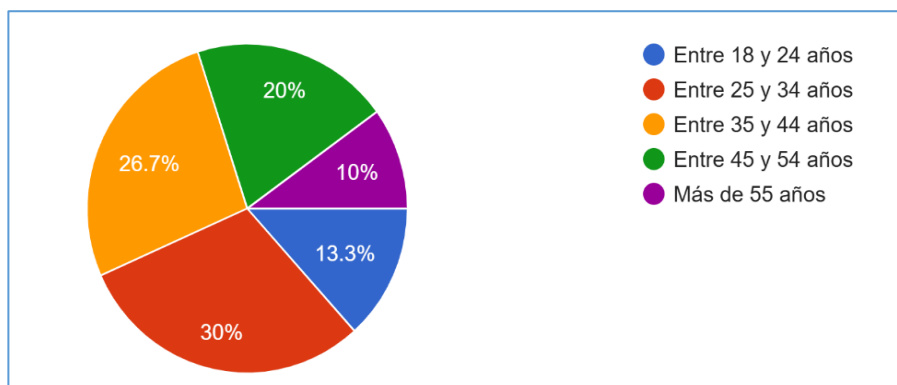
4.1. Presentación de los resultados

A continuación, se mostrarán los gráficos que exponen los datos esenciales como la edad, nacionalidad, propósito de la visita del Hotel del Parque; además de visualizar las perspectivas del huésped en el hotel en distintas áreas como el servicio y atención al cliente, instalaciones y seguridad, servicio y gestión de calidad.

4.1.1. Datos generales del huésped: edad

Se puede observar que 30% de los clientes que se hospedan entre los 25 y 34 años, 26.7 % entre los 35 y 44 años, 20 % entre 45 y 54 años, el 13 % tienen entre 18 y 24 años; y el 10 % son huéspedes que tienen más de 55 años.

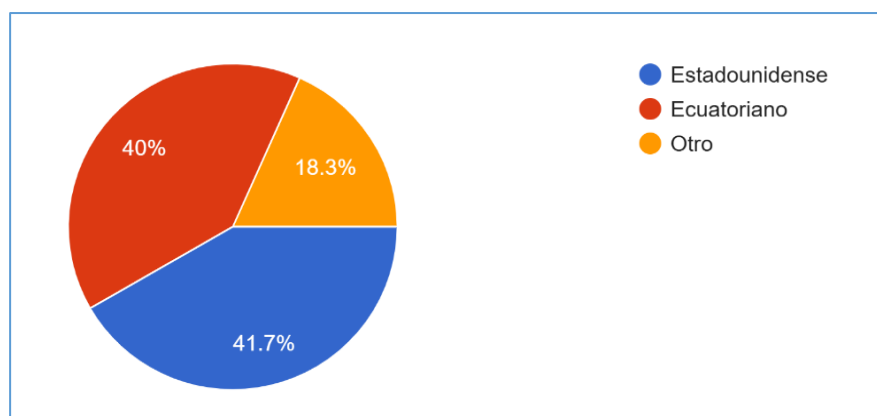
Gráfico 1. Datos generales del huésped



Fuente: Elaborado por autor

4.1.2. Datos generales del huésped: Nacionalidad

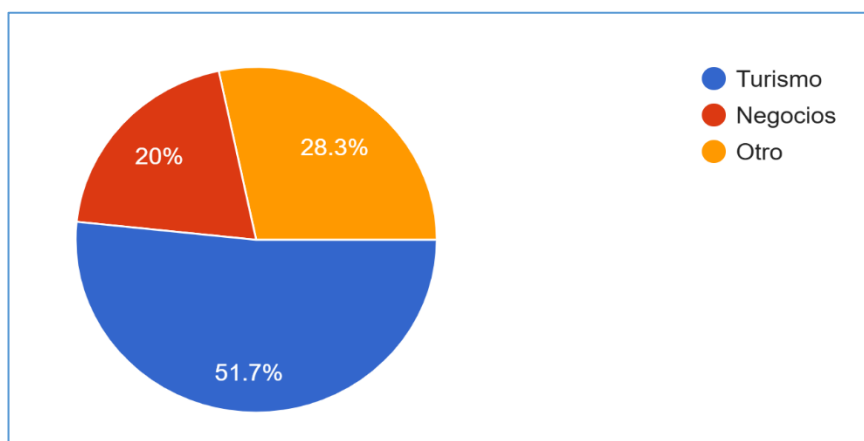
Como se puede observar en el gráfico, el 41.7 % de los clientes son de nacionalidad estadounidense; mientras que, el 40 % son de nacionalidad ecuatoriana; por último, solo el 18.3 % son de otra nacionalidad.

Gráfico 2. Datos generales del huésped

Fuente: Elaborado por autor

4.1.3. Datos generales del huésped: Motivo de la estadía

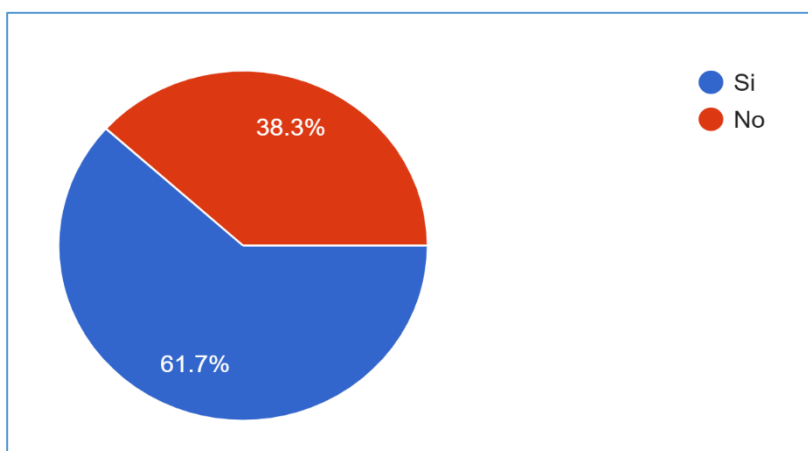
De acuerdo con el siguientes grafico el 51.7 % de los clientes se hospedan en el hotel por motivo de turismo, el 20 % en cambio vienen por negocio y el otro 28.3 % vienen por otro motivo como eventos sociales.

Gráfico 3. Datos generales del huésped

Fuente: Elaborado por autor

4.1.4. Datos generales del huésped: ¿Es su primera vez en el hotel?

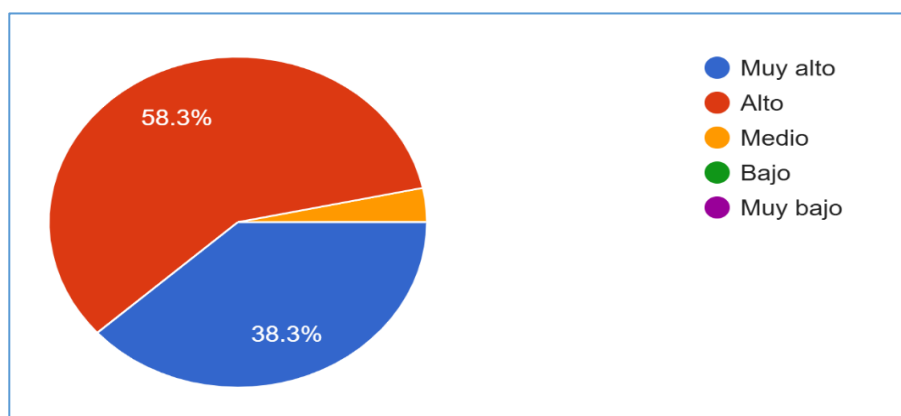
De acuerdo con el grafico a continuación, el 63.1 % si han venido con anterioridad al hotel; mientras que el 36.9 % de los huéspedes han venido por primera vez al hotel.

Gráfico 4. Datos generales del huésped

Fuente: Elaborado por autor

4.1.5. El personal del hotel proyecta una imagen profesional, con una apariencia limpia ordenada.

Se puede observar que 38.3 % de huéspedes perciben muy alto a imagen que proyectan el personal del hotel; mientras que el 58.3 % lo consideran alto la imagen profesional que proyecta el personal del hotel.

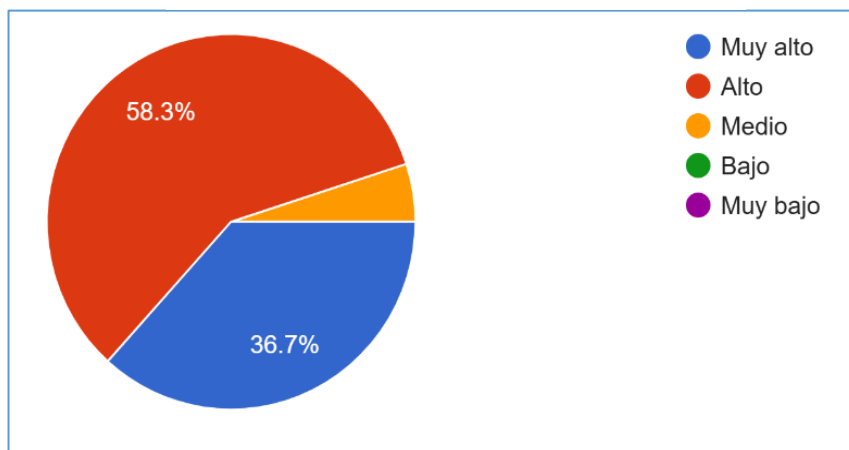
Gráfico 5. Servicio y atención al cliente

Fuente: Elaborado por autor

4.1.6. La actitud del personal fue amable y mostraron disposición para ayudar en todo momento.

Se puede observar que el 58.3 % de los huéspedes consideran que la actitud del personal es alta, mientras que el 36.7 % lo consideran muy alto la actitud amable del personal.

Gráfico 6. Servicio y atención al cliente

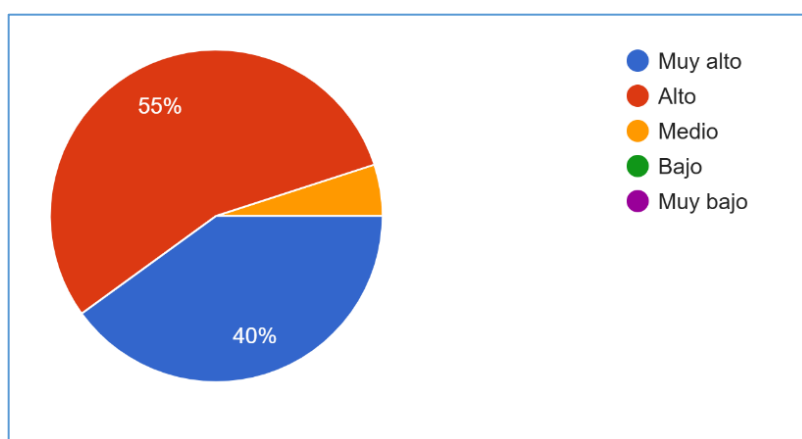


Fuente: Elaborado por autor

4.1.7. El personal resolvió de manera rápida y efectiva sus inquietudes o necesidades.

En el gráfico se puede observar que el 55 % de usuarios valoraron como alto la resolución del personal de forma rápida y efectiva; mientras que el 40 % lo considera muy alto.

Gráfico 7. Servicio y atención al cliente

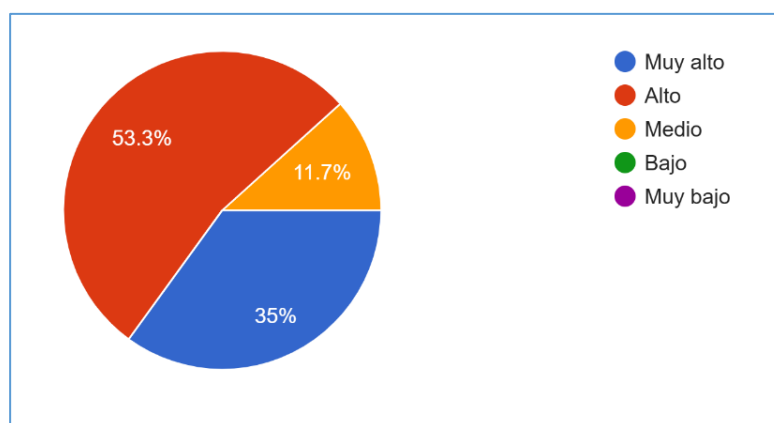


Fuente: Elaborado por autor

4.1.8. Siempre hubo disponibilidad de personal para atender sus consultas.

Se puede observar que la disponibilidad del personal para atender las consultas de los clientes fue 53.3 % alto, 35 % muy alto y 11.7 % medio.

Gráfico 8. Servicio y atención al cliente

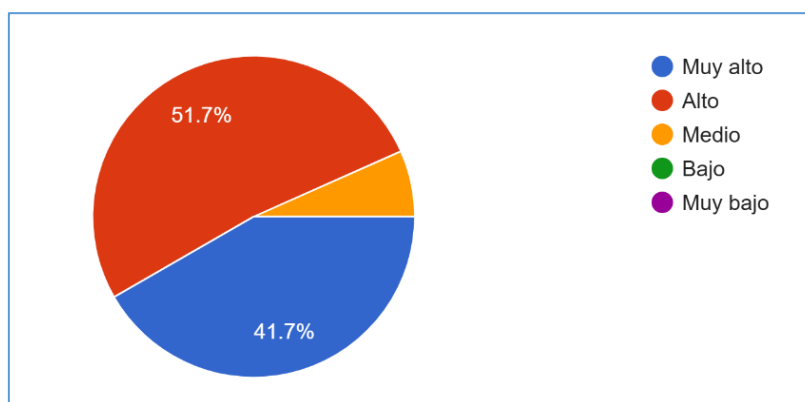


Fuente: Elaborado por autor

4.1.9. Las instalaciones del hotel cumplen con sus expectativas en términos de limpieza y mantenimiento

En el gráfico se puede observar que las instalaciones del hotel cumplen con las expectativas en mantenimiento y limpieza ya que los huéspedes consideraron que 51.7 % alto y el 41.7 % muy alto.

Gráfico 9. Instalaciones y seguridad

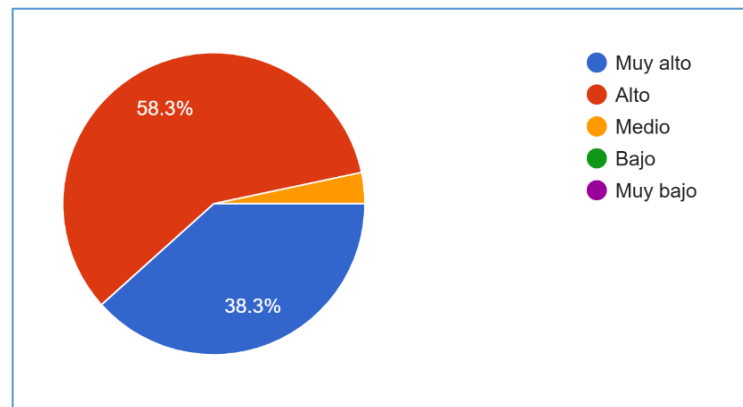


Fuente: Elaborado por autor

4.1.10. La comodidad y ambientación de la habitación contribuyeron a una experiencia satisfactoria.

Se puede observar en el grafico que las habitaciones de los huéspedes cumplen con una expectativa de satisfacción ya que el 58.3 % de huéspedes lo consideran alto y el 38.3 % muy alto.

Gráfico 10. Instalaciones y seguridad

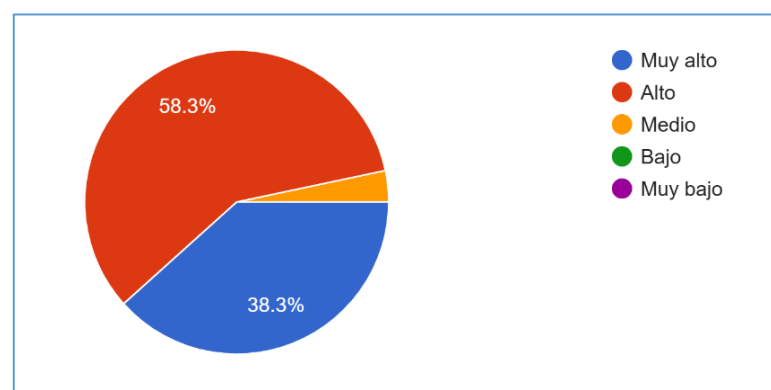


Fuente: Elaborado por autor

4.1.11. ¿Cómo calificaría la seguridad y protección de sus datos personales y financieros durante su estancia (check-in, check-out y pagos)?

Se puede observar en el gráfico que los huéspedes calificaron con un 58.3 % muy alto y 38.3 % alto la seguridad de sus datos personales y financieros durante su estancia.

Gráfico 11. Instalaciones y seguridad

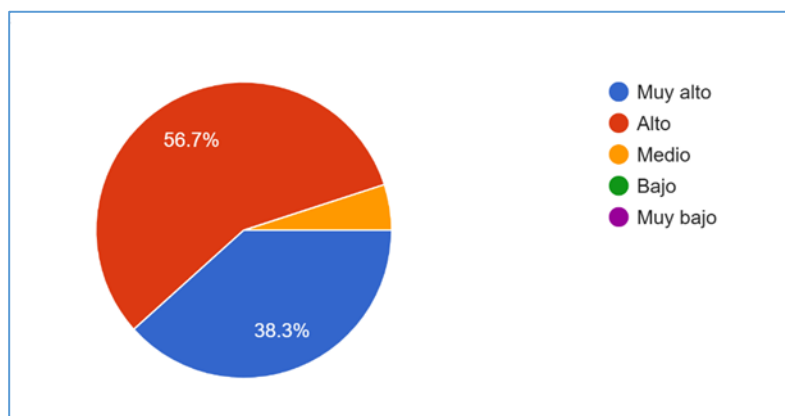


Fuente: Elaborado por autor

4.1.12. ¿Considera que su habitación contaba con condiciones adecuadas de higiene, ventilación y confort?

En el siguiente gráfico consideraron que las habitaciones tenían las condiciones adecuadas calificándolo con un 56.7 % alto y 38.3 muy alto respectivamente.

Gráfico 12. Instalaciones y seguridad

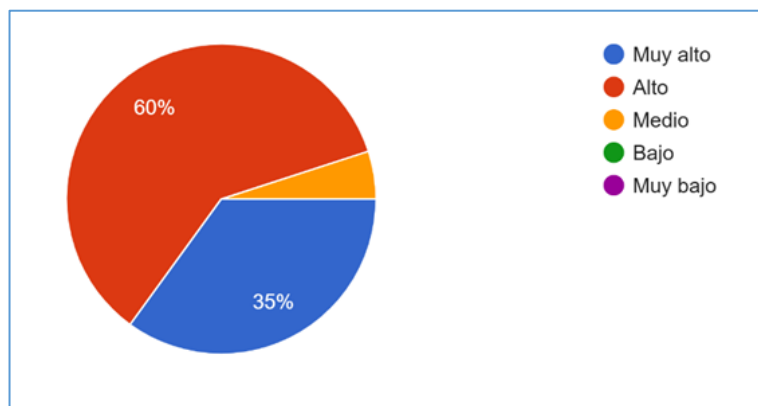


Fuente: Elaborado por autor

4.1.13. El tiempo de respuesta ante solicitudes o inconvenientes fue satisfactorio.

En el siguiente gráfico se puede observar que tiene una calificación del 60 % alto y 35 % muy alto en cuanto a las solicitudes de respuestas ante o inconvenientes ha sido satisfactorio.

Gráfico 13. Servicio y gestión de calidad

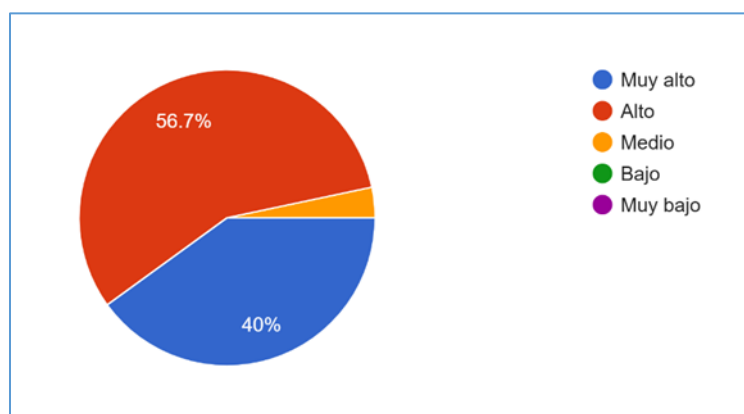


Fuente: Elaborado por autor

4.1.14. ¿Se sintió seguro/a consumiendo los alimentos y bebidas del hotel en términos de higiene y calidad?

En el siguiente gráfico el 56.7 % de huéspedes calificaron alto la seguridad de consumo de alimentos y bebidas en cuanto a higiene y calidad; mientras que el otro 40 % lo calificaron como muy alto.

Gráfico 14. Servicio y gestión de calidad

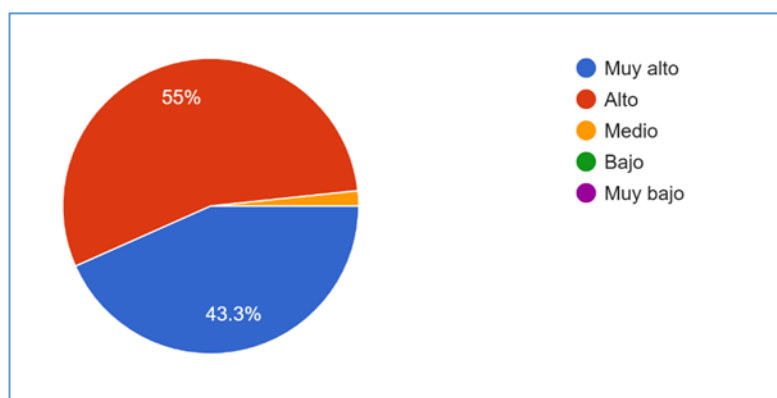


Fuente: Elaborado por autor

4.1.15. El hotel cuenta con un sistema eficiente de gestión de calidad que garantiza una experiencia satisfactoria.

Se puede observar que el 55 % huéspedes calificaron como alto el sistema de eficacia de gestión de calidad garantizando experiencias satisfactorias; mientras que el otro 43.3 % de huéspedes calificaron como muy alto.

Gráfico 15. Servicio y gestión de la calidad

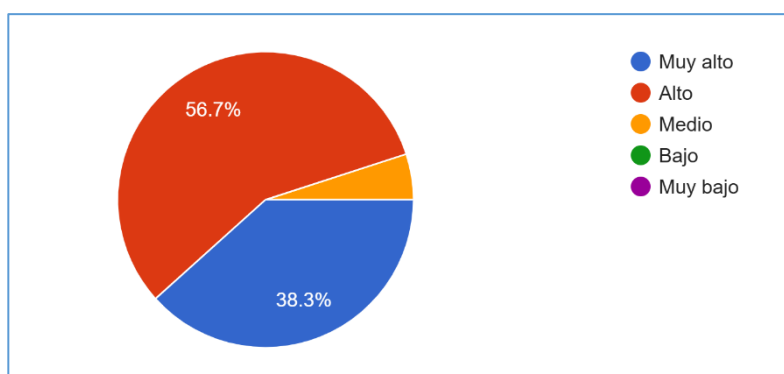


Fuente: Elaborado por autor

4.1.16. ¿Percibió alguna mejora en la calidad del servicio en comparación con otras experiencias previas en el hotel (si ha sido huésped antes)?

Se puede observar en el gráfico que el 56.7 % de huéspedes calificaron como alto las mejoras en la calidad del servicio a diferencia de otros hoteles hospedados con anterioridad; mientras que el otro 38.3 % calificaron como muy alto

Gráfico 16. Servicio y gestión de calidad

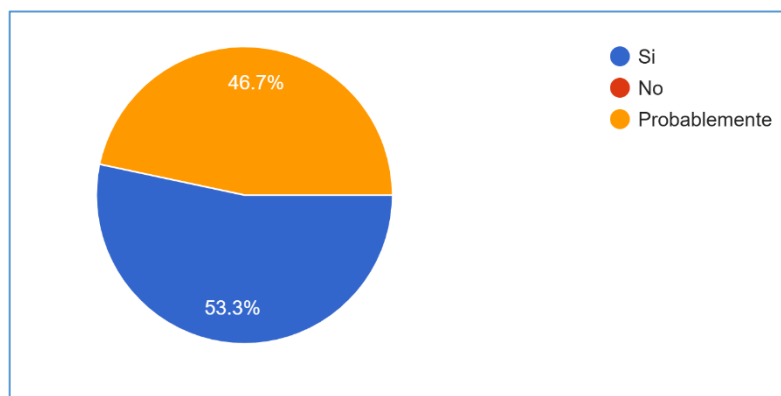


Fuente: Elaborado por autor

4.1.17. ¿Volvería a hospedarse en el hotel?

De acuerdo con la encuesta el 53.3 % volverían a hospedarse en el hotel; mientras que el 46.7 % probablemente volverían a hospedarse.

Gráfico 17. Fidelización

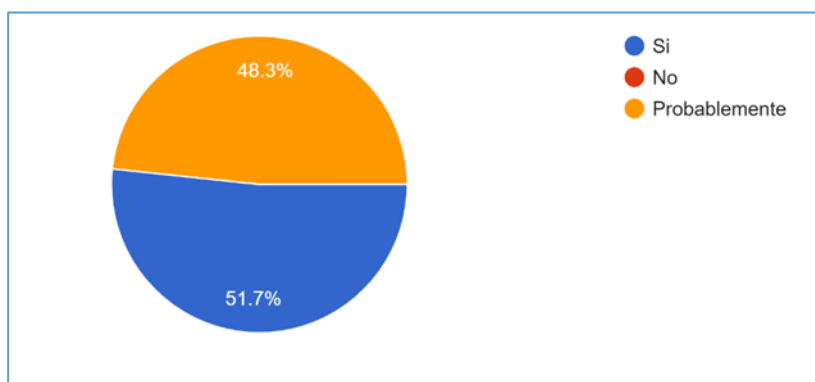


Fuente: Elaborado por autor

4.1.18. ¿Recomendaría este hotel a familiares o amigos?

Según los encuestados, el 51.7 % recomendarían el hotel a familiares o amigos; mientras que el 48.3 % probablemente lo recomendaría.

Gráfico 18. Fidelización



Fuente: Elaborado por autor

4.1.19. Entrevistas

Con el objetivo de enriquecer el estudio del proyecto, se realizaron entrevistas a tres colaboradores del Hotel del Parque. Estas entrevistas permitieron recopilar distintas perspectivas sobre los procesos de gestión de calidad del hotel, considerando la experiencia y conocimiento de quienes forman parte del entorno gerencial y operativo del establecimiento. La participación fue clave para comprender mejor las necesidades internas y los posibles desafíos en la implementación de las mejoras, aportando información valiosa para la toma de decisiones en cada fase del proyecto.

4.1.20. Primer entrevistado

Gerente General: Mgtr. Daniel Villafuerte

La entrevista con el Gerente General del Hotel del Parque revela un enfoque riguroso hacia la personalización del servicio, monitoreo constante de la calidad y atención inmediata a quejas mediante el sistema revinate y encuestas (NPS). El hotel aplica estándares operativos

detallados, refuerza la seguridad física y emocional de los huéspedes y fomenta la empatía del personal a través de la capacitación continua. Se prioriza la experiencia del huésped basada en retroalimentación directa y mejoras constantes.

4.1.21. Segundo entrevistado

Jefa de Recepción y Calidad: Karen Andrade

La entrevista con la jefa de Recepción y Calidad revela que el hotel cuenta con un sistema de calidad llamado Revinate mediante el uso del net promoter score (NPS), transformando el feedback del huésped en acciones personalizadas y mejoras continuas. La fidelización se refuerza al cumplir con sus preferencias en futuras visitas, evidenciando una hospitalidad centrada en la experiencia. Cuentan con un manual operativo que guía cada área del hotel y deben ser conocidos por todo el personal; ante problemas en el servicio, se aplican protocolos de atención inmediata al huésped para cerrar ciclos de la queja en el momento. Los denominan momentos de verdad, en la hotelería normalmente hay muchos, son las interacciones donde pueden ser positivas o negativas con los huéspedes.

4.1.22. Tercer entrevistado

Capitán de Servicio Casa Julián: Jefferson Mendoza

La entrevista con el Capitán de Servicio revelo que, en Casa Julián, parte del Hotel del Parque, la calidad del servicio se basa en ofrecer hospitalidad total, combinando excelencia gastronómica con atención personalizada. Los estándares de calidad son grupales y se evidencian desde la bienvenida hasta el servicio en el restaurant, con énfasis en la empatía, presentación del personal y respuesta inmediata a quejas. Se aplican controles internos constantes, capacitaciones semanales y reuniones diarias (briefings) para mantener y mejorar el servicio. La limpieza, estética y profesionalismo son fundamentales y se prioriza la experiencia del huésped como un todo. La fortaleza principal radica en el equipo humano comprometido con brindar una atención cálida y eficaz.

4.2. Discusión de los resultados

Los resultados evidencian una alta satisfacción del huésped en cuanto a atención, instalaciones, seguridad y gestión de calidad, destacando la personalización como valor diferencial. El sistema Revinate y el uso del NPS permiten retroalimentación inmediata y acciones correctivas eficaces. Se concluye que la cultura organizacional del Hotel del Parque se orienta a la mejora continua, apoyada por un equipo capacitado y protocolos definidos. (Se recomienda mantener y fortalecer los procesos de fidelización, así como invertir en tecnologías que refuercen la experiencia personalizada del cliente.)

5. CONCLUSIONES

- La gestión de calidad en el Hotel del Parque muestra una estructura sólida, destacando el uso eficaz de Revinate para monitorear y mejorar la satisfacción del huésped, lo que refuerza su posicionamiento y experiencia del servicio.
- Las encuestas realizadas a huéspedes del Hotel del Parque evidencian un alto nivel de satisfacción, destacando la atención personalizada y la hospitalidad como principales fortalezas del servicio.
- El análisis permitió proponer recomendaciones estratégicas para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión del Hotel del Parque, basadas en un enfoque técnico y contextual alineado con las tendencias del sector.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda complementar futuros estudios con un análisis comparativo basado en normas internacionales, lo que permita validar y enriquecer los resultados locales con estándares globales.
- Se sugiere abordar la gestión de calidad en hoteles de alta gama desde un enfoque multidisciplinario, integrando áreas como administración, marketing y psicología, para generar propuestas estratégicas mas integrales y centradas en la experiencia del huésped.
- Se recomienda un estudio de viabilidad técnica y financiera antes de implementar la propuesta, junto con programas piloto que evalúen su impacto en la satisfacción del cliente y permitan ajustes según los resultados.

7. PROPUESTA

7.1. Implementación de domótica inteligente en habitación "Park Suite" y "Junior Suite" del Hotel del Parque.

Objetivo

Aumentar la comodidad, seguridad y personalización de la experiencia del huésped mediante automatización domótica (Luces, temperatura, tv, sensores de movimientos, música en la habitación).

Estrategia

Equipar las 2 habitaciones seleccionadas con sistemas domóticos que se integren con asistentes de voz.

Justificación

La implementación de domótica inteligente en las habitaciones Park Suite y Junior Suite del Hotel de Parque busca mejorar la experiencia del huésped mediante tecnologías que automatizan funciones como iluminación, climatización, entretenimiento y seguridad. Estas habitaciones, al ser de categoría superior, ofrecen el entorno ideal para introducir innovaciones que respondan a mayores expectativas de confort y personalización. Esta propuesta tecnológica complementa el estilo tradicional y lujoso del hotel, promoviendo al mismo tiempo la eficiencia energética y una imagen moderna y sostenible. La fase inicial en dos suites permitirá una evaluación controlada del impacto antes de una posible expansión.

Descripción de la propuesta

Se implementará un sistema de domótica en las habitaciones seleccionadas del hotel con dispositivos de asistente virtuales controlados por comandos de voz como Alexa, focos inteligentes, lámparas y tomacorrientes inteligentes; se ha dividido en 5 fases para su correcta ejecución.

Fase 1: Diagnostico y Planificación

Durante la primera semana del proyecto se desarrollará la fase de diagnóstico y planificación, cuyo objetivo es evaluar las condiciones actuales de las habitaciones Park Suite y Junior Suite en relación con la futura implementación domótica inteligente. Esta etapa incluirá un análisis técnico de la infraestructura física y eléctrica, identificando posibles limitaciones y requerimientos adicionales. Asimismo, se recopilará información sobre necesidades y preferencias de los huéspedes, especialmente aquellos con movilidad reducida, con el fin de adaptar las soluciones tecnológicas a sus requerimientos. También se llevarán a cabo reuniones con proveedores especializados como Lutron, Philips Hue, Sonos y Amazon Alexa, para explorar opciones, compatibles y costos. Esta fase inicial permitirá establecer una base sólida para el desarrollo eficiente y alineado del proyecto, en términos de accesibilidad, confort y sostenibilidad.

Responsables:

-  Gerente de Operaciones
-  Ingeniero Eléctrico
-  Consultor Tecnológico

Fase 2: Diseño e Integración del Sistema

Durante la semana 2 y 3 se llevará a cabo la fase de diseño e integración del sistema, enfocada en la selección, adquisición e instalación inicial de los dispositivos tecnológicos que conformaran el sistema de domótica inteligente en las habitaciones Park Suite y Junior Suite del Hotel del Parque. Se priorizará la elección de equipos compatibles con una plataforma centralizada de control, que permitirá gestionar funciones clave como iluminación, climatización, entretenimiento y automatización ambiental desde una aplicación móvil y comandos de voz personalizados. El diseño incluirá luces LED inteligentes Phillips Hue con regulación de intensidad y temperatura de color, termostatos inteligentes como Nest o Ecobee para optimizar el confort térmico, televisores con control por voz, sensores de movimientos para activar las luces o sistemas de climatización, equipos de sonido WIFI como Sonos o Bose y asistentes virtuales Alexa Echo Show quinta generación como núcleo de interacción del huésped. Paralelamente, se elaborará un esquema técnico de la red domótica, especificando la conectividad entre dispositivos, alimentación eléctrica, ubicación estratégica de sensores y puntos de control. Posteriormente, se realizará la adquisición de los equipos y se procederá a ejecutar pruebas de compatibilidad entre dispositivos, asegurando la interoperabilidad y estabilidad del sistema. Esta fase es crucial para garantizar una experiencia tecnológica fluida, intuitiva y personalizada, acorde a los estándares de hospitalidad de un hotel de categoría alta.

Responsables:

- ✚ Consultor tecnológico
- ✚ Equipo de compras del Hotel
- ✚ Proveedor tecnológico

Fase 3: Instalación y Configuración

Durante la semana 3 y 4 se desarrollará la fase de instalación y configuración, orientada a la implementación física y digital del sistema domótico inteligente en las habitaciones seleccionadas. En esta etapa se instalarán todos los dispositivos previamente seleccionados, como luminarias inteligentes, termostatos, sensores, asistentes virtuales y sistemas de sonido, procurando una ubicación estratégica que favorezca tanto la estética como la funcionalidad. En los casos necesarios, se realizarán trabajos de diseño interior del hotel. Una vez montados los equipos, se procederá a la configuración del software, integrando todos los dispositivos en una única plataforma de control centralizada, que permita su gestión desde aplicaciones móviles o por comandos de voz a través de Alexa Echo Show. Posteriormente, se llevarán a cabo pruebas funcionales integradas para verificar el correcto funcionamiento de cada dispositivo, así como su respuesta en conjunto. Esta etapa también incluirá simulaciones de uso real mediante pruebas piloto con perfiles de huésped, lo que permitirá evaluar la experiencia del usuario y ajustar configuraciones según las necesidades identificada. Esta fase es clave para asegurar que el sistema funcione de forma coherente, eficiente y sin interrupciones, optimizando así la experiencia tecnológica del huésped.

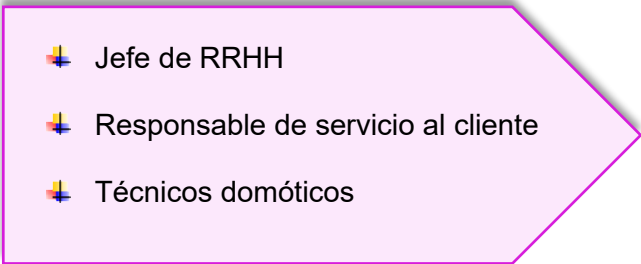
Responsables:

- ✚ Técnicos domóticos
- ✚ Coordinador del hotel

Fase 4: Capacitación y pruebas de usuario

La quinta semana del proyecto estará destinada a la fase de capacitación y pruebas de usuario, con el propósito de garantizar una transición eficiente entre la implementación tecnológica y su operación cotidiana. Para ello, se impartirán talleres prácticos dirigidos al personal del hotel especialmente al equipo de recepción y mantenimiento, quienes serán capacitados en el uso del sistema domótico, el monitoreo de dispositivos, la atención a solicitudes de los huéspedes y la solución de fallos comunes. Esta formación permitirá al personal brindar asistencia efectiva y reforzar la experiencia de hospitalidad tecnológica. Paralelamente, se realizarán ensayos de uso con huéspedes internos simulados (ya sea personal del hotel u otros participantes) para observar la funcionalidad del sistema desde la perspectiva del usuario final. Estas pruebas permitirán evaluar la usabilidad, la facilidad de interacción con comandos de voz y app y el nivel de confort generado por la automatización. Finalmente, se recopilará feedback cualitativo y cuantitativo a través de encuestas y observaciones directas, con el fin de realizar los ajustes necesarios en la configuración del sistema. Esta fase representa un paso esencial para validar el proyecto antes de su lanzamiento oficial, asegurando que tanto el personal como los huéspedes estén preparados para interactuar eficientemente con la nueva tecnología.

Responsables:

- 
- ✚ Jefe de RRHH
 - ✚ Responsable de servicio al cliente
 - ✚ Técnicos domóticos

Fase 5: Evaluación y Retroalimentación

Durante la semana 6 y 7 se llevará a cabo la fase de evaluación y retroalimentación, la cual tiene como finalidad medir los resultados obtenidos tras la implementación del sistema domótico y determinar su impacto real en la experiencia del huésped y en la operatividad del hotel. Para ello, se aplicarán encuestas estructuradas a los huéspedes que hayan utilizado las habitaciones Park Suite y Junior Suite, a fin de conocer su nivel de satisfacción, facilidad de uso de los dispositivos inteligentes y percepción del confort generado. Paralelamente, se elaborará un reporte técnico sobre el consumo energético de ambas habitaciones, comparando los datos previos y posteriores a la intervención, con el objetivo de evidenciar posibles ahorros derivados del uso eficiente de iluminación, climatización y automatización. Además, se realizará un análisis de escalabilidad que permita evaluar la viabilidad de replicar el sistema en otras habitaciones del hotel, considerando aspectos técnicos, operativos y económicos. Toda esta información será consolidada en un informe final del proyecto, que incluirá hallazgos, recomendaciones y posibles mejoras para futuras fases. Esta etapa de evaluación es clave para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de la implementación en el Hotel del Parque.

Responsables:

- ✚ Gerente General
- ✚ Consultor de tecnológico
- ✚ Departamento de marketing

PARK SUITE

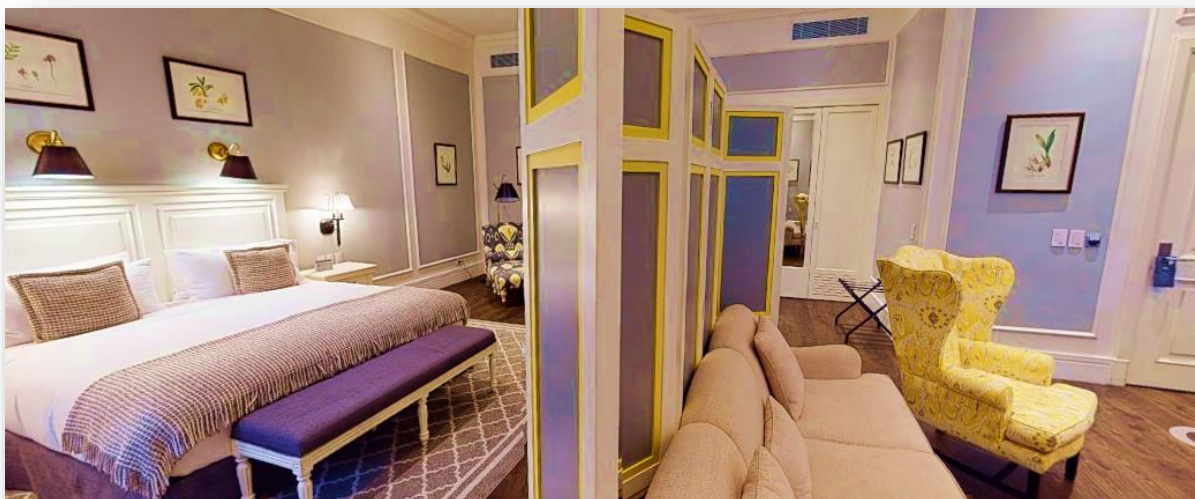
Figura 1. PARK SUITE 171 m2 del Hotel del Parque



Fuente: (Hotel del Parque , 2025).

JUNIOR SUITE 66m²

Figura 2. Junior Suite 66 m2 del Hotel del Parque



Fuente: (Hotel del Parque , 2025).

7.1.2. Diagrama de Gantt

Tabla 4. Diagrama de Gantt.

CRONOGRAMA DE LA PROPUESTA								
ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO			
Diagnóstico y planificación								
Diseño e integración del sistema								
Instalación y configuración								
capacitación y pruebas de usuario								
Evaluación y retroalimentación								

Fuente: Elaboración propia

7.1.3. Costos

Tabla 5. Costo implementación domótica

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Habitaciones Park Suites / Junior Suite			
2	Dispositivo electrónico "Alexa" 5ta generación	\$ 50	\$ 100
6	Enchufes inteligentes adaptables para comando de voz "Alexa"	\$ 7.50	\$ 45
8	Focos inteligentes adaptables para comando de voz "Alexa"	\$ 23	\$ 184
2	Google Termostato Nest Learning (4ª generación, 2024)	\$ 239.98	\$ 479.96
1	ECOELER Paquete de 10 interruptores de luz con sensor de movimiento	\$ 94.99	\$ 94.99
2	Bose Barra de sonido inteligente Dolby Atmos	\$ 302.50	\$ 605
1	Honorario Ingeniero Eléctrico	\$ 500	\$ 500
1	Honorario Consultor Tecnológico	\$ 300	\$ 300
2	Honorarios Técnicos Domóticos	\$ 100	\$200
TOTAL			\$ 2508.95

Fuente: Elaboración propia

7.2 Mejora de accesibilidad – Instalación de sillas salvaescaleras.

Objetivo

Facilitar el desplazamiento vertical seguro y cómodo de adultos mayores y personas con discapacidad física dentro del hotel, respetando la arquitectura patrimonial y los estándares de accesibilidad universal.

Estrategia

Implementar sillas salvaescaleras en una zona estratégicas del hotel.

Justificación

La instalación de sillas salvaescaleras en el Hotel del Parque responde a la necesidad de garantizar accesibilidad universal, en concordancia con normas de inclusión y trato digno a personas con movilidad reducida. Al no contar con ascensores en todas las áreas, estas soluciones permiten un desplazamiento vertical seguro, especialmente para adultos mayores y personas con discapacidad física. Además, mejora la experiencia del huésped, refuerza la imagen del hotel como espacio accesible y cumple con estándares de hospitalidad internacional. Su implementación en zonas claves ampliara la cobertura inclusiva sin alterar la estructura patrimonial del inmueble. El establecimiento cuenta con tres escaleras que conducen de la planta baja a la planta alta situadas en la zona céntrica del hotel y en los extremos para cubrir correctamente la distribución de las habitaciones, más una escalera que conduce del gimnasio (ubicado en la planta alta), hasta el campanario donde podemos encontrar el spa.

Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en la implementación de sillas salvaescaleras como solución de accesibilidad dentro del Hotel del Parque, dirigidas especialmente a personas con movilidad reducida. Estos dispositivos, conformados por una silla ergonómica instalada sobre un riel fijado a la barandilla o pared de la escalera, permiten el desplazamiento seguro entre pisos sin necesidad de asistencia externa. Su diseño incorpora elementos como cinturones de seguridad, controles remotos y asientos giratorios, lo que garantiza tanto comodidad como seguridad para el usuario. Esta medida busca fortalecer la inclusión y accesibilidad en el hotel, mejorando la experiencia de los huéspedes de tercera edad y con necesidades especiales; Esta propuesta se desarrollará en 7 fases.

Fase 1: Diagnostico de accesibilidad.

Durante la primera semana se llevará a cabo el diagnostico de accesibilidad actual, con el objetivo de identificar las barreras arquitectónicas que limitan el desplazamiento autónomo de personas con movilidad reducida, especialmente en las zonas de circulación vertical del Hotel del Parque. La primera actividad consistirá en una revisión técnica de los planos arquitectónicos del edificio, enfocados en la detección de escaleras que no cuenten con una alternativa accesible, como rampas o ascensores a habitaciones, restaurante, áreas sociales y pasillos de conexión. Esta observación directa permitirá dimensionar el impacto real de las barreras físicas en la experiencia del huésped. Adicionalmente, se aplicarán entrevistas estructuradas al personal de mantenimiento y recepción, quienes podrán aportar datos relevantes sobre incidentes ocurridos, solicitudes frecuentes o quejas relacionadas con problemas de accesibilidad. Esta combinación de análisis documental, trabajo de campo y consulta al personal permitirá construir un diagnóstico integral, que servirá como base para

la propuesta de instalación de una silla salvaescaleras u otras soluciones técnicas adaptadas a las necesidades del establecimiento y sus usuarios.

Responsables:

- + Gerente de operaciones
- + Arquitecto
- + Coordinador de mantenimiento

Fase 2: Selección de tecnología.

Durante la segunda semana del proyecto se llevará a cabo la fase de selección de tecnología enfocada en identificar la solución más adecuada en cuanto a sistemas de movilidad vertical para personas con discapacidad física o adultos mayores. En primer lugar, se realizará una comparación técnica entre distintos tipos de sillas salvaescaleras, incluyendo modelos rectos, ideas para escalera lineales; modelos curvos, diseñados para escaleras con giros o tramos intermedios; sillas de plataforma, pensadas para usuario en sillas de ruedas. Esta evaluación permitirá determinar cuál se adapta mejor a las características arquitectónicas del Hotel del Parque. De forma paralela, se analizarán proveedores nacionales e internacionales, considerando variables claves como costo, calidad, disponibilidad de repuestos, tiempo de entrega y servicios de mantenimiento postventa. Esta fase culminara con la elaboración de un informe técnico que detallara los criterios de selección y recomendara el proveedor más adecuado, alineado con los estándares de accesibilidad, seguridad y sostenibilidad del proyecto.

Responsables:

- ✚ Encargado de compras
- ✚ Técnico de accesibilidad

Fase 3: Evaluación técnica.

Durante la tercera semana se desarrollará la fase de evaluación técnica, centrada en validar la viabilidad estructural, eléctrica y legal de la instalación de la silla salvaescaleras en el Hotel del Parque. En esta etapa se realizará una inspección detallada de las escaleras donde se planea implementar el sistema, evaluando aspectos como el ancho mínimo disponible, los puntos de anclaje para la fijación del equipo y la distancia libre de paso, a fin de garantizar la seguridad y funcionalidad del dispositivo. Asimismo, se calculará la carga eléctrica adicional necesaria para el correcto funcionamiento del sistema, considerando el consumo energético y la capacidad de la red existente. Esta evaluación incluirá también la revisión del cumplimiento de las normativas locales vigentes, como los estándares del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEM) y los lineamientos establecidos en la ley orgánica de discapacidades. El resultado final será un informe técnico que valide la factibilidad del proyecto tanto desde el punto de vista técnico como legal, asegurando que la implementación se desarrolle dentro del marco regulatorio correspondiente y en concordancia con los objetivos de accesibilidad del hotel.

Responsables:

- ✚ Ingeniero eléctrico
- ✚ Arquitecto
- ✚ Consultor legal

Fase 4: Presupuesto y financiación

En la semana cuatro se desarrollará la fase de presupuesto y financiamiento, centrada en estructurar un plan económico viable para la implementación del sistema de accesibilidad, particularmente la instalación de una silla salvaescaleras en el Hotel del Parque. En primer lugar, se procederá con la cotización detallada de los equipos seleccionados, incluyendo el modelo de salvaescaleras adecuado según los resultados del diagnóstico previo. Esta cotización considerará tanto la adquisición del equipo como los costos asociados al transporte, instalación especializada y posibles adecuaciones estructurales mínimas. Asimismo, se estimarán los gastos de mantenimiento anual del sistema y los costos relacionados con la capacitación del personal encargado de su operación y asistencia a los huéspedes. De forma paralela, se evaluará la posibilidad de cubrir la inversión mediante recursos internos del hotel o mediante la aplicación de incentivos públicos o privados orientados al fomento de infraestructura inclusiva, considerando normativas locales y oportunidades de financiamiento accesibles. Como resultado de esta etapa, se elaborará un plan de inversión que detalle los costos totales, asegurando la sostenibilidad económica de la propuesta y facilitando su aprobación e implementación.

Responsables:

+ Gerente General

+ Proveedor

Fase 5: Instalación.

En la quinta semana del proyecto se llevará a cabo la fase de instalación, orientada a la implementación física de las sillas de salvaescaleras en las zonas críticas previamente identificadas del Hotel del Parque. Las actividades iniciarán con la preparación de los espacios designados, lo que incluye la limpieza del área, colocación de señalética provisional

para guiar a los usuarios durante los trabajos y la organización logística con el personal del hotel para minimizar interrupciones. Posteriormente, la instalación será ejecutada por técnicos certificados, quienes seguirán estrictamente los protocolos de seguridad establecidos por el fabricante y las normativas locales. Una vez colocados los equipos, se realizarán pruebas funcionales para verificar su correcto desempeño, haciendo ajustes específicos según las condiciones particulares del entorno arquitectónico. Esta fase concluirá con la entrega de las sillas salvaescaleras completamente operativas, garantizando un acceso seguro eficiente y adaptado a las necesidades de personas con movilidad reducida, en cumplimiento con los estándares de accesibilidad y calidad del servicio del establecimiento.

Responsables:

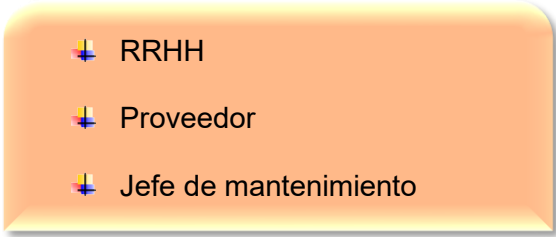
- + Coordinador de mantenimiento
- + Técnico instalador

Fase 6: Capacitación.

En la semana seis se implementará la fase de capacitación, con el objetivo de preparar al personal del Hotel del Parque para la correcta gestión, operación y atención asociada al nuevo sistema de accesibilidad, específicamente la silla salvaescaleras. Esta etapa contempla dos líneas de formación diferenciadas. Por un lado, se desarrollará un taller dirigido al personal de recepción, enfocado en la asistencia adecuada a usuarios con movilidad reducida, el manejo de situaciones especiales y la activación del sistema en caso de ser requerido. Por otro lado, el equipo de mantenimiento del hotel recibirá una capacitación técnica sobre el monitoreo preventivo del equipo, resolución de fallas básicas y aplicación de primeros auxilios técnicos que aseguren la continuidad del servicio. Ambos módulos estarán

a cargo de un técnico especializado del proveedor, garantizando un aprendizaje práctico y contextualizado. Al finalizar la semana, el hotel contará con personal capacitado para asistir a los huéspedes y gestionar de manera eficiente el funcionamiento del sistema de accesibilidad, lo cual refuerza el compromiso institucional con la inclusión y mejora de la experiencia del huésped.

Responsables:

- 
- ✚ RRHH
 - ✚ Proveedor
 - ✚ Jefe de mantenimiento

Fase 7: Promoción del servicio

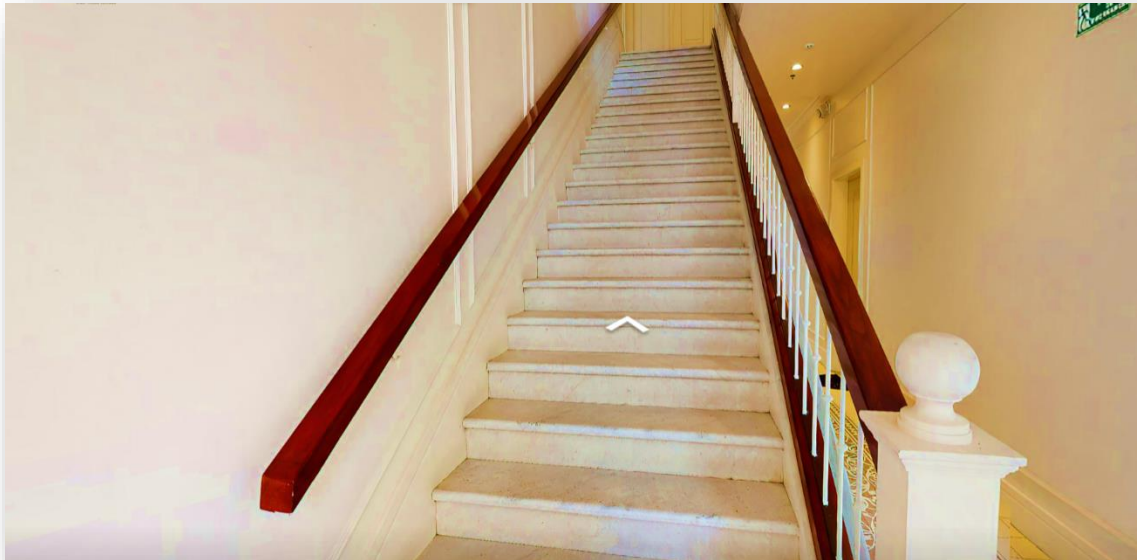
En la semana siete, la estrategia de promoción del servicio se centrará en visibilizar los avances en accesibilidad del Hotel del Parque, con el objetivo de atraer a un público más amplio y diverso.

Se actualizará el sitio web y las redes sociales del hotel, incorporando información clara y detallada sobre las facilidades para personas con necesidades especiales, como la instalación de sillas salvaescaleras. Además, se buscará posicionar al hotel en plataformas especializadas en turismo accesible, como wheelmap y equalitas vitae, para aumentar su presencia en canales orientados a este segmento de mercado. Paralelamente, se establecerán alianzas con agencias de viajes inclusivas para difundir nuevos servicios. Como producto final, se desarrollará un plan de comunicación específico, enfocado en promover el turismo accesible y destacar al Hotel del Parque como un referente en hospitalidad inclusiva. Esta fase es clave para integrar la accesibilidad como un valor diferenciador dentro de la oferta turística del hotel.

Responsables:

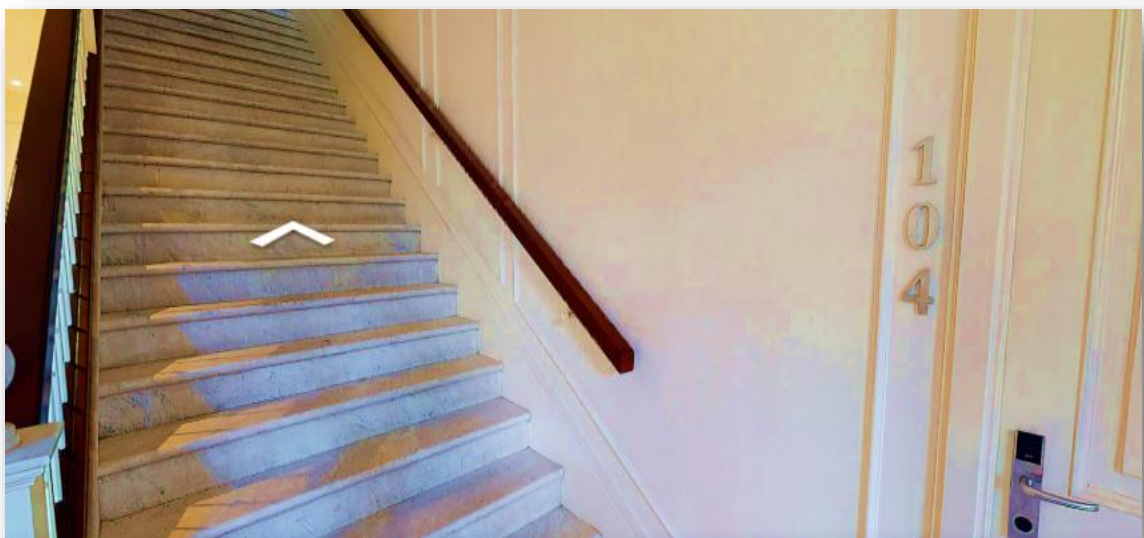
- ✚ Departamento de marketing
- ✚ Community Manager

Figura 3. Escalera acceso Norte - Hotel del Parque



Fuente: Hotel del Parque

Figura 4. Escalera acceso del Hotel del Parque



Fuente: Hotel del Parque

Figura 5. Silla salvaescaleras rectas

Fuente: (ProtorMobility, s.f).

7.2.1. Diagrama de Gantt

Tabla 6. Diagrama de Gantt

CRONOGRAMA DE LA PROPUESTA								
ACTIVIDADES	JULIO				AGOSTO			
Diagnóstico de accesibilidad								
Selección de tecnología								
Evaluación técnica								
Presupuesto y financiamiento								
Instalación								
Capacitación								
Promoción del servicio								

Fuente: Elaboración propia

7.2.2. Costos

Tabla 7. Costos mejora accesibilidad.

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Silla salvaescaleras recta marca Acorn modelo A130 superglide (incluye instalación)	\$ 3047.50	\$ 6095
1	Técnico accesibilidad honorario	\$ 200	\$ 200
1	Honorario Arquitecto	\$ 250	\$ 250
1	Honorarios Ingeniero eléctrico	\$ 250	\$ 250
1	Consultor jurídico	\$ 200	\$ 200
TOTAL			\$ 6815

Fuente: Elaboración propia

7.3. Costo total del proyecto

Tabla 8. Costo total del proyecto

COSTO TOTAL DEL PROYECTO	
Implementación de domótica inteligente en habitación "Park Suite" y "Junior Suite"	\$ 2508.95
Mejora de accesibilidad – Instalación de sillas salvaescaleras	\$ 6815
Costo Total	\$ 9323.95

Fuente: Elaboración propia

7.4. Conclusión

Las propuestas estratégicas planteadas, orientadas a la implementación de domótica inteligente y mejora de accesibilidad mediante sillas salvaescaleras, representan una inversión total de \$9323.95. Esta inversión contribuye significativamente a optimizar la experiencia del huésped, posicionando al Hotel del Parque como un referente en innovación y hospitalidad inclusiva. Además, fortalece su competitividad en el mercado de turismo de alta gama.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, C., & Labarca, N. (2011). Fundamentación teórica de los modelos de gestión de la calidad en el servicio de información en instituciones universitarias. *Revista Omnia*, 17(1), 82-95. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73718406006.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion introduccion a la metodologia cientifica* (6ta ed.). Episteme.
- Baki, B., Basfirinci, C., Cilingir, Z., & Murat, I. (2009). An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services - A case study from Turkey. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 21(1), 106-126. doi:10.1108/13555850910926272
- Bohórquez, J., & Morejón, D. (2022). Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero cinco estrellas de la ciudad de Guayaquil. *Revista Científica y Tecnología*, 22(34), 72-83. Obtenido de https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/5_art.2022.pdf
- Calle, M., Lazo, A., & Granados, M. (2018). *Gestión del sector alojamiento - hotel* (era edición ed.). Editorial UTMACH. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12486/3/GestionDelSectorAlojamientoHotel.pdf>
- Crosby, P. (1987). *La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad*. (Cecsa, Ed.) McGRAW Hill Book Company. Obtenido de <https://4grandesverdades.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/12/la-calidad-no-cuesta.pdf>
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Díaz de Santos, S. A. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=d9WL4BMVHi8C&oi=fnd&pg=PP11&dq=Deming,+W.+\(1898\).+Calidad,+productividad+y+competitividad.&ots=ZHs55DdmsR&sig=i-LS5E69XVRI2TEBactyAWZFtXg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=d9WL4BMVHi8C&oi=fnd&pg=PP11&dq=Deming,+W.+(1898).+Calidad,+productividad+y+competitividad.&ots=ZHs55DdmsR&sig=i-LS5E69XVRI2TEBactyAWZFtXg#v=onepage&q&f=false)
- FasterCapital*. (19 de 6 de 2024). Obtenido de Competitividad y desempeño de la hoteleria y el turismo impulsando el exito empresarial en la industria hotelera y turistica: <https://fastercapital.com/es/contenido/Competitividad-y-desempeno-de-la-hoteleria-y-el-turismo-Impulsando-el-exito-empresarial-en-la-industria-hotelera-y-turistica.html>
- Foster, D. (1994). *Introducción a la Industria de la Hospitalidad*. (McGRAW-Hill, Ed.) Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25011w/Introduccion-a-la-industria-de-la-hospitalidad2.pdf>
- García, M., Carlos, Q., & Luis, R. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Revista Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 6(1), 89-94. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81606112.pdf>
- Gómez, J., Martínez, M., & Martínez, Á. (2014). Los modelos de excelencia como herramientas de gestión. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 19, 29-49. Obtenido de https://accid.org/wp-content/uploads/2018/11/Los_modelos_de_excelencia_como.pdf

- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestion de servicios/La gestion de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Ediciones Diaz de Santos , S.A. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=rKAGC6DkiVAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Hotel del Parque . (2025). Obtenido de https://www.hotelesoro Verde.com/es/hotel-delparque/?gclid=CjwKCAiAvJarBhA1EiwAGgZl0DgZjdggqAfSSN-3yyhLpWWNyamERanwMdNdmh6f1wuh4K8knWBVtxoClagQAvD_BwE
- Hotel Management (BHM). (2021). *Classification of hotels*. Hajipur: Institute of Hotel Management, Catering Technology and Applied Nutrition. Obtenido de <https://www.studocu.com/in/document/punjabi-university/bachelor-of-business-administration/2-classification-of-hotels/49208812>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Resultado del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/datos_generales_cpv/09samborondon.pdf
- (2021). *Introduction to hotel industry and growth of hotel industry in India*. Uttarakhand Open University. Obtenido de <https://www.uou.ac.in/sites/default/files/slm/HM-202.pdf>
- Irurita, J., & Villanueva, P. M. (2012). *Sistemas de gestión de la calidad*. Universidad Pública de Navarra. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/10851013.pdf>
- ISO 9001. (2015). *Norma Internacional, Sistemas de gestión de calidad- requisitos*. Ginebra: Secretaria de ISO. Obtenido de https://repositorio.buap.mx/rcontraloria/public/inf_public/2019/0/NOM_ISO_9001-2015.pdf
- Juran, J. (1998). *Juran's Quality Handbook*. (McGraw-Hill, Ed.) Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55183925/Jurans_quality_handbook.pdf?1738369881=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DJuran_s_quality_handbook.pdf&Expires=1741307798&Signature=VluOlFAQzdeqNVVBUzJziymmLcuqydl~uyctBeGmyNB63SkdM6HF74fZA3k
- Lara, P. (2020). *Alojarse en Castillos y Palacios. Estudio de la Oferta en Francia y España*. Universidad de Málaga. Obtenido de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/20374/TFG%20de%20LARA%20MORALES%2c%20PAULA%20MAR%c3%8dA_Censurado.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Larrea, E. (27 de 9 de 2021). *Samborondón un destino satélite con proyección internacional* . Obtenido de Escafandra: <https://escafandra.news/samborondon-un-destino-satelite-con-proyeccion-internacional/>
- López, A. (2021). *Calidad Turística: Sistema de gestión de calidad para la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas*. Univerdidad Estatal Península de Santa

- Elena . Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5660/1/UPSE-PTU-2021-0001.pdf>
- Marysela, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Revista Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 135-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectiva*(34), 181-209. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Membrano, J. (2002). *Innovación y mejora continua según el modelo EFQM de excelencia* (2nd Edición ed.). (S. Ediciones Díaz de Santos, Ed.)
- Mendoza, H., Loor, Á., & Vilema, S. (2019). El arroz y su importancia en los emprendimientos rurales de la agroindustria como mecanismo de desarrollo local de Samborondón. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(1), 324-330. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100324
- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2024). *Catastro de servicios turísticos*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>
- Ministerio de Turismo de Ecuador . (2024). *Rendición de cuentas 2023*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Informe_de_Rendicion_de_Cuentas_2023_MINTUR-Textual.pdf
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa guía didáctica*. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Monsalve, C., & Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(78), 162-173. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430011.pdf>
- Municipio de Samborondón. (s.f.). *Actividad Económica y productiva*. Obtenido de <https://www.samborondon.gob.ec/actividad-economica-y-productiva/>
- Municipio de Samborondón. (s.f.). *Tradiciones* . Obtenido de <https://www.samborondon.gob.ec/tradiciones/>
- Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral revista Venezolana*, 4(8), 23-25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- Nebreda, M. (2019). *Historia de la Hotelería*. Obtenido de Campus Training: <https://www.campustraining.es/noticias/historia-hoteleria/>

- Orozco, C., Guimaraes, A., & Hidalgo, D. (2021). Crecimiento urbano de la parroquia La Puntilla, cantón Samborondón: problemas y estrategias . *Revista Contribución a las Ciencias sociales*, 1(6), 38-59. doi:10.51896/CCS/IGCK3446
- Ortiz, M. (2023). *¿Qué es un hotel boutique?* Obtenido de <https://www.admagazine.com/articulos/que-es-un-hotel-boutique>
- Patel, P., & Deshpande, V. (2017). Application Of Plan-Do-Check-Act Cycle For Quality And Productivity Improvement - A Review . *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET)*, 5(1), 197-201. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/318743952_Application_Of_Plan-Do-Check-Act_Cycle_For_Quality_And_Productivity_Improvement-A_Review
- Salas, E. (2018). Samnorondón; atributos como destino turístico. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 11(25). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/samborondon.html>
- Servicio de acreditacion ecuatoriano. (12 de 8 de 2018). Obtenido de Establecimientos hoteleros y turísticos con estándares de calidad: <https://www.acreditacion.gob.ec/hoteles-con-estandares-de-calidad/#>
- Suaréz, M. (2019). *Revista Académica de Investigación*(32).
- Torres, G., & Miranda, H. (2024). *Proyecto de implementación para la accesibilidad de personas con capacidad reducida y de adultos mayores en el Hotel del Parque*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/22403/1/T-UCSG-PRE-ESP-TUR-29.pdf>
- Xavier. (31 de Enero de 2009). *Gestion eficaz del front desk*. Obtenido de <http://gestionfrontdesk.blogspot.com/2009/01/momemtos-de-verdad-y-el-ciclo-de.html>
- Zavala, J. (2022). Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero cinco estrellas de la ciudad de Guayaquil. *Revista Ciencia & Tecnología*, 22(34), 72-83.

9. ANEXOS

9.1. ANEXO A



Entrevista con el Gerente General del Hotel del Parque: **Mgt. Daniel Villafuerte**



Entrevista con Jefa de Recepción y Calidad: **Srta. Karen Andrade**



Entrevista con el capitán de servicio:
Sr. Jefferson Mendoza

9.2. ANEXO B

Formato entrevista semiestructurada

Entrevista Semiestructurada para Evaluar la Gestión de Calidad en el Hotel del Parque según el Sistema de Calidad Revinate

Objetivo de la Entrevista

Analizar la percepción del personal del Hotel del Parque sobre los procesos de gestión de calidad implementados en la prestación del servicio. Se busca evaluar los procesos actuales, tomando como referencia el sistema de calidad Revinate, que integra la evaluación de la experiencia del cliente y la mejora continua en la hospitalidad.

Población Objetivo

Se entrevistará a colaboradores de diferentes áreas clave del hotel para obtener una visión integral:

- ✚ Gerentes (Gerente General, Gerente de Operaciones, Gerente de Servicio al Cliente).
- ✚ Jefes de Departamento (Recepción, Alimentos y Bebidas, Housekeeping, Mantenimiento).
- ✚ Personal Operativo (Recepcionistas, Camareros, Personal de Limpieza, Conserjes).

Se entrevistará a una persona representativa de cada segmento, para un total de tres entrevistas.

Estructura de la Entrevista

I. Introducción y Contexto

Estimado colaborador

Reciba un cordial saludo

La presente entrevista forma parte del estudio titulado: "Gestión de calidad en un hotel de cinco estrellas en el contexto de la hospitalidad de alta gama en el cantón Samborondón", desarrollado como parte de un trabajo de titulación para la obtención del título de Licenciatura en Hotelería y Turismo en la Universidad Tecnológica ECOTEC.

El propósito de esta entrevista es conocer los procesos actuales de gestión de calidad en el Hotel del Parque desde su perspectiva de colaborador. Sus respuestas serán fundamentales para obtener información sobre la gestión que se aplica en su día a día.

Agradecemos sinceramente su tiempo y colaboración. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y utilizadas exclusivamente con fines académicos.

II. Preguntas de Evaluación según el Sistema de Calidad Revinate

1. Experiencia y percepción general sobre la calidad del servicio

Desde su experiencia, ¿cómo describiría la calidad del servicio que se ofrece en el hotel?

2. Gestión de la Satisfacción del Cliente

¿Cómo se mide la satisfacción del cliente dentro del hotel? ¿Se utilizan herramientas como encuestas de opinión o plataformas de evaluación?

¿De qué manera el hotel responde a las opiniones y comentarios de los huéspedes en plataformas como Revinate?

3. Procesos de mejora continua

¿Existe algún protocolo o procedimiento para mejorar continuamente la calidad del servicio basándose en el feedback de los clientes?

¿Cómo se gestionan las quejas o insatisfacciones de los huéspedes? ¿Qué mecanismos se utilizan para darles solución?

4. Evaluación del Desempeño del Personal

¿Qué capacitaciones reciben los empleados para mejorar la experiencia del cliente y la gestión de calidad?

¿Cómo se mide el desempeño del personal en términos de atención al cliente y calidad del servicio?

5. Infraestructura y elementos tangibles

¿Cómo se garantiza que las instalaciones y los equipos del hotel cumplan con los estándares de calidad esperados por los huéspedes?

¿Existen protocolos para el mantenimiento y limpieza de las áreas comunes y habitaciones? ¿Cómo se verifica su cumplimiento?

6. Personalización del servicio y atención al detalle

¿Cómo se manejan las preferencias y solicitudes especiales de los huéspedes para personalizar su experiencia?

¿Qué estrategias implementa el hotel para generar confianza y fidelidad en los clientes a través de la calidad del servicio?

7. Reflexión y sugerencias

Desde su perspectiva, ¿qué mejoras podrían implementarse en la gestión de calidad del hotel para optimizar la experiencia del huésped?

III. Conclusión y Reflexión

 Agradecimiento por su participación.

 Confirmación de la confidencialidad de la información compartida.

9.4. ANEXO D

Formato de encuestas

Estimado huésped.

Reciba un cordial saludo.

La presente encuesta forma parte del estudio titulado: **"Gestión de calidad en un hotel de cinco estrellas en el contexto de la hospitalidad de alta gama en el cantón Samborondón"**, desarrollado como parte de un trabajo de titulación para la obtención del título de **Licenciatura en Hotelería y Turismo** en la **Universidad Tecnológica ECOTEC**.

El propósito de esta encuesta es conocer sus **percepciones y expectativas** sobre la calidad del servicio en el **Hotel del Parque** durante su estadía en marzo de 2025. Sus respuestas serán fundamentales para analizar la experiencia del huésped y proponer mejoras que contribuyan a optimizar la gestión hotelera.

Agradecemos sinceramente su tiempo y colaboración. Sus respuestas serán tratadas de manera **confidencial** y utilizadas exclusivamente con fines académicos.

Datos Generales del Huésped

1. Edad: 18 – 37 () / 38 – 57 () / 58 o más ()
2. Nacionalidad: Estadounidense () / Ecuatoriano () / Otra ()
3. Motivo de la estadía: Turismo () Negocios () Otro ()
4. ¿Es su primera vez en el hotel? Sí () No ()

I. Evaluación del Personal (Servicio y Atención al Cliente)

1. El personal del hotel proyecta una imagen profesional, con una apariencia limpia y ordenada.
 - () Muy alto
 - () Alto
 - () Medio
 - () Bajo
 - () Muy bajo
2. La actitud del personal fue amable y mostraron disposición para ayudar en todo momento.
 - () Muy alto
 - () Alto
 - () Medio
 - () Bajo
 - () Muy bajo
3. El personal resolvió de manera rápida y efectiva sus inquietudes o necesidades.
 - () Muy alto

- ☐ Alto
 - ☐ Medio
 - ☐ Bajo
 - ☐ Muy bajo
4. Siempre hubo disponibilidad de personal para atender sus consultas.
- ☐ Muy alto
 - ☐ Alto
 - ☐ Medio
 - ☐ Bajo
 - ☐ Muy bajo
-

II. Evaluación de las Instalaciones y Seguridad

5. Las instalaciones del hotel cumplen con sus expectativas en términos de limpieza y mantenimiento.
- ☐ Muy alto
 - ☐ Alto
 - ☐ Medio
 - ☐ Bajo
 - ☐ Muy bajo
6. La comodidad y ambientación de la habitación contribuyeron a una experiencia satisfactoria.
- ☐ Muy alto
 - ☐ Alto
 - ☐ Medio
 - ☐ Bajo
 - ☐ Muy bajo
7. ¿Cómo calificaría la seguridad y protección de sus datos personales y financieros durante su estancia (check-in, check-out y pagos)?
- ☐ Muy alto
 - ☐ Alto
 - ☐ Medio
 - ☐ Bajo
 - ☐ Muy bajo

8. ¿Considera que su habitación contaba con condiciones adecuadas de higiene, ventilación y confort?

- ☐ Muy alto
 - ☐ Alto
 - ☐ Medio
 - ☐ Bajo
 - ☐ Muy bajo
-

III. Organización del Servicio y Gestión de Calidad

9. El tiempo de respuesta ante solicitudes o inconvenientes fue satisfactorio.

- ☐ Muy alto
- ☐ Alto
- ☐ Medio
- ☐ Bajo
- ☐ Muy bajo

10. ¿Se sintió seguro/a consumiendo los alimentos y bebidas del hotel en términos de higiene y calidad?

- ☐ Muy alto
- ☐ Alto
- ☐ Medio
- ☐ Bajo
- ☐ Muy bajo

11. El hotel cuenta con un sistema eficiente de gestión de calidad que garantiza una experiencia satisfactoria.

- ☐ Muy alto
- ☐ Alto
- ☐ Medio
- ☐ Bajo
- ☐ Muy bajo

12. ¿Percibió alguna mejora en la calidad del servicio en comparación con otras experiencias previas en el hotel (si ha sido huésped antes)?

- ☐ Sí, ha mejorado mucho
- ☐ Sí, ha mejorado un poco

- ☐ Se mantiene igual
- ☐ Ha empeorado

IV. Satisfacción General y Fidelización

13. ¿Volvería a hospedarse en el hotel?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Probablemente

14. ¿Recomendaría este hotel a familiares o amigos?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Probablemente

9.5. ANEXO E

Resultados de las encuestas, realizadas en Google

Fecha temporal	Datos generales del huésped:	2. Nacionalidad	3. Motivo de la estadía	4. ¿Es su primera vez en el hotel?	1. Evaluación del Personal (Servicio y Atención)	6. La actitud del personal fue amable y mostr
	1. Edad				5. El personal del hotel proyecta una imagen	
24/3/2025	Entre 35 y 44 años	Ecuatoriano	Negocios	No	Muy alto	Muy alto
24/3/2025	Entre 18 y 24 años	Estadounidense	Turismo	Si	Muy alto	Alto
24/3/2025	Más de 55 años	Estadounidense	Turismo	Si	Muy alto	Muy alto
24/3/2025	Más de 55 años	Estadounidense	Turismo	Si	Muy alto	Muy alto
24/3/2025	Entre 25 y 34 años	Estadounidense	Turismo	Si	Alto	Muy alto
24/3/2025	Entre 25 y 34 años	Estadounidense	Turismo	Si	Muy alto	Muy alto
24/3/2025	Entre 35 y 44 años	Ecuatoriano	Turismo	Si	Muy alto	Muy alto
24/3/2025	Entre 25 y 34 años	Otro	Turismo	Si	Muy alto	Muy alto
27/3/2025	Entre 35 y 44 años	Estadounidense	Negocios	No	Alto	Medio
27/3/2025	Entre 45 y 54 años	Estadounidense	Turismo	Si	Alto	Medio
27/3/2025	Entre 25 y 34 años	Estadounidense	Otro	No	Medio	Alto
27/3/2025	Más de 55 años	Estadounidense	Turismo	No	Alto	Alto
27/3/2025	Entre 18 y 24 años	Estadounidense	Otro	Si	Alto	Alto
27/3/2025	Entre 35 y 44 años	Estadounidense	Otro	No	Alto	Alto
27/3/2025	Entre 25 y 34 años	Estadounidense	Turismo	Si	Muy alto	Alto
27/3/2025	Más de 55 años	Estadounidense	Otro	No	Alto	Alto
27/3/2025	Entre 35 y 44 años	Estadounidense	Otro	No	Alto	Alto
28/3/2025	Entre 45 y 54 años	Ecuatoriano	Negocios	No	Alto	Alto
28/3/2025	Entre 18 y 24 años	Ecuatoriano	Otro	No	Alto	Alto
28/3/2025	Entre 25 y 34 años	Ecuatoriano	Otro	Si	Alto	Alto
28/3/2025	Entre 45 y 54 años	Ecuatoriano	Negocios	No	Alto	Alto
28/3/2025	Entre 35 y 44 años	Estadounidense	Turismo	Si	Muy alto	Muy alto

9.6. ANEXO F

Consulta de costos para las propuestas realizadas

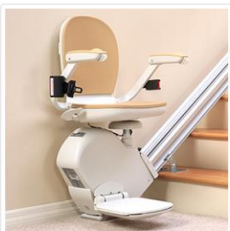
protor.com.ec

PROTOR Mobility

098-030-8189 whatsapp
098-925-9688 carla@protor.net 098-910-0228-luigi@protor.net
Tarjetas de credito: 6 meses diferido sin intereses

Elevadores de Plataforma para Sillas de Ruedas Orugas Salvaescaleras Sillas Salva Escaleras Mantenimiento

Protor Mobility le ofrece en Ecuador, equipos de ayuda para personas de movilidad reducida, minusvalidos o discapacitados, de manera que puedan subir y bajar las escaleras, tanto en el interior u exterior de su casa, como en edificios publicos.



SILLA SALVAESCALERAS RECTA MARCA ACORN MODELO A130 SUPERGLIDE
USD \$ 2650.- + IVA Instalada en Gquil
PRECIOS + IVA
AMPLIO STOCK, ENTREGA INMEDIATA MIENTRAS DURE EL INVENTARIO
INSTALACIONES EN EL RESTO DEL PAIS ENTRE 3 Y 10 DIAS A COSTO ADICIONAL

amazon Ecuador

Todos equipos de sonido WIFI como Sonos o Bose

Electrónica > Audio y Cine en Casa > Bocinas > Barras de Sonido



Bose Barra de sonido inteligente Dolby Atmos, altavoz de barra de sonido Bluetooth con control de voz y Amazon Alexa integrado, funciona con capacidades de Google Assistant, color negro
Visita la tienda de Bose
4.1 ★★★★★ 288 calificaciones | Buscar en esta página

No puede enviarse este producto al punto de entrega seleccionado. Selecciona un punto de entrega diferente.

Marca	Bose
Tecnología de conectividad	Bluetooth
Modo de salida de audio	Envolvente
Tipo de montaje	Montaje en estantería
Material	Materiales de alta calidad (probablemente recinto de metal o plástico de alta calidad, conductores de polipropileno o aluminio)

amazon Ecuador

Todos ALEXA QUINTA GENERACION

1 a 16 de 142 resultados para "ALEXA QUINTA GENERACION"

Opiniones de los clientes
★★★★★ o más

Precio
\$68 - \$125 y más

Condición
Nuevo

Departamento
Parlantes Inteligentes

Resultados
Consulta cada página del producto para ver otras opciones de compra.



Echo Dot (5.ª generación, modelo de 2022) | versión internacional con adaptador de corriente (15 W) de Estados Unidos | Parlante inteligente con Alexa | Carbón
★★★★★ 788
50+ comprados el mes pasado
US\$ 49.99
No disponible por el momento.
Agregar al carrito