

Tipo de artículo: Artículo original

Gestión de la información para analizar la calidad en el posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina

Information management to analyze the quality in the strategic positioning of the Hotel Aquamarina

Narciso Roberto Yoza Rodríguez ^{1*} , <https://orcid.org/0000-0002-2894-2302>

Alisson Juliana Alvia Sánchez ² , <https://orcid.org/0000-0002-1258-9399>

¹ Docente de la carrera de Contabilidad y Auditoría en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador. Correo electrónico: narciso.yoza@unesum.edu.ec

² Estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador. Correo electrónico: alvia-alisson7250@unesum.edu.ec

* Autor para correspondencia: narciso.yoza@unesum.edu.ec

Resumen

La importancia de la presente investigación radica en que un sistema de gestión de calidad puede ser una herramienta valiosa para mejorar la eficiencia y eficacia del hotel, aumentar la satisfacción de los clientes y mejorar la reputación del hotel en el mercado. Además, puede ser una forma de diferenciarse de la competencia y mejorar el posicionamiento estratégico del hotel. El objetivo del presente estudio es determinar la incidencia de la gestión de calidad en el posicionamiento estratégico de Aquamarina Hotel de la ciudad de Manta, lo cual es importante en la prestación de servicios en un ámbito muy competitivo. La metodología tiene carácter mixto, puesto que, se combinan técnicas cuantitativas y cualitativas. Los métodos que se implementarán son la recopilación de información mediante la aplicación de las técnicas de la entrevista a funcionarios y encuesta por cuestionarios a empleados, clientes y otros actores relevantes. También incluye el análisis de datos del mercado hotelero local y regional para comparar la posición competitiva del Aquamarina Hotel con la de sus competidores, lo cual permitirá analizar los resultados de la correlación de las variables y que los fundamentos teóricos permitan fortalecer el conocimiento de los servidores hoteleros de la gestión de la calidad para el posicionamiento estratégico que favorezca al personal que trabaja en el hotel y a los visitantes que desean frecuentar la localidad y disfrutar de un buen servicio de alojamiento.

Palabras clave: Sistema Gestión de la Calidad; posicionamiento estratégico; sector hotelero; turismo; gestión de la información

Abstract

The importance of this research is that a quality management system can be a valuable tool to improve the efficiency and effectiveness of the hotel, increase customer satisfaction and improve the reputation of the hotel in the market. In addition, it can be a way to differentiate yourself from the competition and improve the strategic positioning of the hotel. The objective of this study is to determine the incidence of quality management in the strategic positioning of Aquamarina Hotel in the city of Manta, which is important in the provision of services in a very competitive environment. The methodology is mixed, since quantitative and qualitative techniques are combined. The methods that will be implemented are the collection of information through the application of the interview techniques to officials and survey by questionnaires to employees, clients and other relevant actors. It also includes the analysis of data from the local and regional hotel market to compare the competitive position of the Aquamarina Hotel with that of its competitors, which will allow analyzing the results of the evaluation of the variables and that the theoretical foundations will allow to strengthen the knowledge of the servers. . hoteliers of quality management for the strategic positioning that favors the staff who work in the hotel and the visitors who wish to frequent the town and enjoy a good accommodation service.



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional**
(CC BY 4.0)

Keywords: *Quality Management System, Positioning Strategic, Hotel Sector, Tourism, information the gestion*

Recibido: 08/06/2023

Aceptado: 22/09/2023

En línea: 08/10/2023

Introducción

La sociedad de la información es aquella que basa su estructura de relaciones económicas, políticas, sociales y de ocio en los sistemas y redes de telecomunicaciones; estos cambios que en un principio afectaban a aquellos sectores más implicados directamente en el campo de la información, hoy por hoy se han hecho extensibles a cualquiera de las actividades profesionales sin ninguna excepción. La envergadura de esta nueva dimensión ha llevado a una implicación de los gobiernos de todos los países y a todas las escalas a promover y propiciar la constitución de redes de información que garanticen el acceso efectivo de los ciudadanos a las mismas (Aja Quiroga, 2002). En este contexto se encuentra la calidad para el logro del posicionamiento estratégico en las instituciones.

La Gestión de Información está constituida por un conjunto de acciones destinadas a obtener información con la calidad, pertinencia, oportunidad y coste adecuado a las necesidades del usuario, en donde juegan un papel fundamental las tecnologías de la información y las comunicaciones. Se define entonces la gestión de información como aquel proceso que se encarga de gestionar la información necesaria para la toma de decisiones y un mejor funcionamiento de los procesos, productos y servicios de la organización (Ajá Quiroga, 2002). Otras de las definiciones se centran en que “la gestión de la información es el proceso de analizar y utilizar la información que se ha recabado y registrado para permitir a los administradores (de todos los niveles) tomar decisiones documentadas”. (Edwards, Ward, Bytheway, 1991)

Con la nueva demanda informativa en las empresas, se requieren nuevas formas de gestionar la información y el conocimiento que realmente aporten ventajas competitivas sobre el resto de las empresas. Por lo tanto, la gestión de la información implica:

- Determinar la información que se precisa
- Recoger y analizar la información
- Registrarla y recuperarla cuando sea necesaria
- Utilizarla
- Divulgarla



La Gestión de la Información debe además hacer que las personas adecuadas se involucren en el proceso de creación, proporcionar herramientas de uso sencillo, eliminar la duplicación de la información, asegurar que esta es correcta y actual, compartirla a través de las propiedades web y aprovechar los sitios existentes para su reutilización, estos fundamentalmente, son algunos de los retos a los que se enfrentan las empresas en la Gestión de la Información empresarial.

La gestión de Información se introduce dentro de la gestión por procesos, indicadores y estándares para unidades de información (OSREVI. 2017). En ella se incluyen aspectos como; necesidad, existencia, adquisición, almacenamiento, organización; pasando a su recuperación y acceso, para pasar al uso después de ser interpretada, lo que nos permitirá compartir, socializar, aplicar, así aprender para crear, ya sea en lo individual, en lo organizacional o en el contexto social.

Lo expresado se representa a través del esquema que se muestra en la Figura 1.

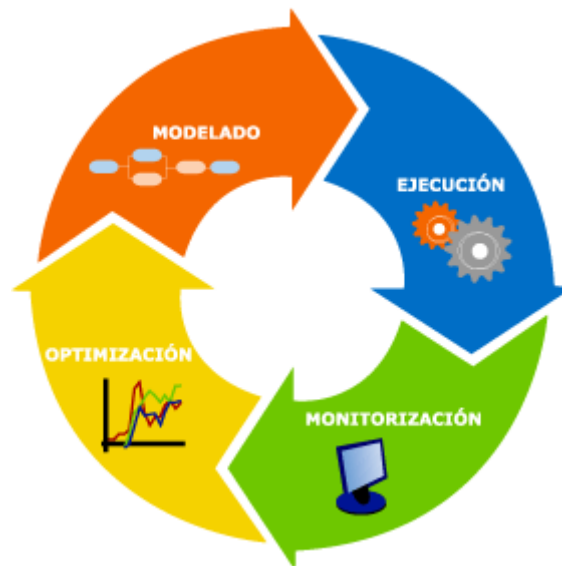


Figura 1. Gestión por procesos, indicadores y estándares para unidades de información.

Fuente: Basado en: (OSREVI. 2017)

Por su parte, la Planificación Estratégica de la Calidad es el proceso por el cual una empresa define su razón de ser en el mercado, su estado deseado en el futuro y desarrolla los objetivos y las acciones concretas para llegar a alcanzar el



estado deseado. Se refiere, en esencia, al proceso de preparación necesario para alcanzar los objetivos de la calidad.

Los objetivos perseguidos con la Planificación Estratégica de la Calidad son:

- Proporcionar un enfoque sistemático.
- Fijar objetivos de calidad.
- Conseguir los objetivos de calidad.
- Orientar a toda la organización.
- Válida para cualquier periodo de tiempo.

La Planificación Estratégica requiere una participación considerable del equipo directivo, ya que son ellos quienes determinan los objetivos a incluir en el plan de negocio y quienes los despliegan hacia niveles inferiores de la organización para, en primer lugar, identificar las acciones necesarias para lograr los objetivos; en segundo lugar, proporcionar los recursos oportunos para esas acciones, y, en tercer lugar, asignar responsabilidades para desarrollar dichas acciones. Los beneficios derivados del proceso de planificación son éstos:

- Organiza áreas clave de negocio para conseguir aumentar: la lealtad de clientes, el valor del accionista y la calidad y a su vez una disminución de los costos.
- Fomenta la cooperación entre departamentos.
- Proporciona la participación y el compromiso de los empleados.
- Construye un sistema sensible, flexible y disciplinado.

Los principales elementos dentro de la Planificación Estratégica de la Calidad son:

- La Misión, cuya declaración clarifica el fin, propósito o razón de ser de una organización y explica claramente en qué negocio se encuentra.
- La Visión, que describe el estado deseado por la empresa en el futuro y sirve de línea de referencia para todas las actividades de la organización.
- Las Estrategias Clave, principales opciones o líneas de actuación para el futuro que la empresa define para el logro de la visión

De acuerdo con lo subrayado, la calidad se refiere a la medida en que un producto, servicio o proceso cumple o supera las expectativas, requisitos y estándares establecidos. Implica la excelencia en términos de características, desempeño, durabilidad, confiabilidad y satisfacción del cliente, Tipanquiza Guevara (2019). De este modo, se puede expresar que la calidad se refiere a la percepción acerca de las características de un producto o servicio que satisface las anticipaciones de los clientes.



Internacionalmente, se destacan los estudios de Cruz Espinoza, López Zeneceda & Valdeiglesias Pacheco (2019) los que examinan la posición competitiva de un Hotel en comparación con otros competidores del mercado, al respecto lograron detectar que entre los elementos clave para alcanzar ventajas competitiva se encuentran los factores relativos a la ubicación y la accesibilidad, los cuales son presentes en el establecimiento, pero que no están siendo aprovechados adecuadamente desde una perspectiva económica y comercial, en gran parte debido a la falta de categorización y a los altos costos operativos. En este contexto, los factores claves no se aprovechan adecuadamente desde una perspectiva económica y comercial debido a la falta de categorización ya los altos costos operativos.

Por su parte, Mariñas Espinoza (2020) en su investigación sobre la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el hotel “Decameron el pueblo” en la ciudad de lima, Perú, se constató que, en el hotel se lleva a cabo una labor enfocada en el personal interno, impulsada por el departamento de Recursos Humanos. Sin embargo, esta labor no cuenta con suficiente abastecimiento, tanto en términos de la cantidad de empleados que integran el área, como en el volumen de tareas y responsabilidades que deben afrontar.

El referido autor, logró detectar que, en el Hotel, donde se llevó a cabo la investigación, existe una labor enfocada en el personal interno, impulsada por el departamento de Recursos Humanos. Sin embargo, esta labor no cuenta con suficiente abastecimiento, tanto en términos de la cantidad de empleados que integran el área, como en el volumen de tareas y responsabilidades que deben afrontar.

Por lo evidenciado, se precisa del reforzamiento del departamento de Recursos Humanos, así como de reevaluar la carga de trabajo y responsabilidades, implementar programas de capacitación, establecer canales de retroalimentación y reconocer el buen desempeño del personal, al hotel "Decameron el pueblo" para mejorar significativamente la satisfacción del cliente interno y, en consecuencia, la calidad del servicio que brinda a sus huéspedes. Una fuerza laboral satisfecha y motivada es un factor clave para lograr la excelencia en el sector hotelero.

En el contexto de esta investigación, existen estudios para definir la estrategia de gestión de calidad de servicios impacta en el rendimiento laboral del hotel (Rodríguez, 2019). Al respecto, se comprobó que son insuficientes las estrategias de un sistema de gestión de calidad aplicable que ayude a un mejor desempeño laboral del establecimiento. Los resultados de la investigación concluyen que el hotel Riobamba, no cuenta con estrategias efectivas de un sistema de gestión de calidad aplicable que ayude a mejorar el desempeño laboral del personal. Esta conclusión sugiere que la falta de enfoque en la calidad de los servicios puede estar afectando negativamente la productividad, la satisfacción del personal y, en última instancia, la satisfacción de los clientes.



De esta manera, Rodríguez, recomendó desde su estudio que, es significativo el enfoque más sólido en la gestión de calidad de servicios. Al mejorar el desempeño laboral y la satisfacción del personal, el hotel tendría la oportunidad de aumentar la satisfacción de sus clientes y su posición competitiva en la industria hotelera.

Por otra parte, Poma (2020) en su trabajo investigativo Planificación Estratégica como herramienta de gestión para el Posicionamiento en el Mercado del Resort ‘De Sol a Sol’ en el sector turístico hotelero de la ciudad de Huaquillas, realizó un análisis del entorno empresarial interno y externo con el fin de establecer las tácticas requeridas para mejorar el posicionamiento en el mercado del Resort mencionado. Dicho autor, demostró que los factores internos del Resort reducen su nivel de productividad, los cuales deben ser mejorados mediante un proceso de mejora continua para optimizar recursos y aumentar la rentabilidad. Asimismo, se evaluaron los factores externos del sector turístico hotelero de la ciudad de Huaquillas con el objetivo de crear planes de acción para contrarrestar su impacto en el Resort.

Del análisis de la información gestiona, se deduce que en Aquamarina Hotel, la contratación de personal se lleva a cabo con escasa experiencia en el sector hotelero. Esta situación impacta negativamente en la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

Por su parte, se patentizó la falta de experiencia del personal puede dar lugar a errores en la atención al cliente, dificultades en la resolución de problemas y una percepción general de un servicio deficiente. Esto repercute en la satisfacción del cliente, la reputación del hotel y su competitividad en el mercado. Lo expuesto conlleva analizar la calidad en el posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina, con un enfoque mixto, porque se combinan técnicas cuantitativas y cualitativas.

Materiales y métodos

En el análisis de la evaluación del estado actual de calidad en el posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina, teniendo en cuenta la información gestionada, y el empleo de métodos teóricos y empíricos que aportaron a la obtención de la información necesaria de las variables calidad y posicionamiento estratégico. Para profundizar en el análisis, se tuvo en cuenta una población conformada por la totalidad de trabajadores del hotel caso de estudio, misma que se detalla en la Tabla 1.



Tabla 1: Población y muestra para el análisis de calidad en el posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina.

DETALLE	N°
Gerente	1
Funcionarios administrativos	4
Personal fijo	35
Personal eventual	15
Cartera de clientes frecuentes	95
TOTAL	150

Fuente: Elaboración propia.

De la población referida, se selecciona personal de atención al cliente de Aquamarina hotel, siendo un total de 50 trabajadores a los que se les aplicó una encuesta sobre el Sistema de Gestión de Calidad en el Posicionamiento Estratégico del Hotel Aquamarina de la Ciudad de Manta.

Resultados y discusión

Encuesta sobre el Sistema de Gestión de Calidad en el Posicionamiento Estratégico del Hotel Aquamarina de la Ciudad de Manta

Se analizó la familiarización con el Sistema de Gestión de Calidad implementado en el hotel (Tabla 2).

Tabla 2. Familiarización con el Sistema de Gestión de Calidad implementado en el hotel.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	40%
No	30	60%
TOTAL	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos demuestran que un 60% de los encuestados demostraron que no están familiarizados, conduciendo ello en la calidad del servicio con lo cual no se logra un correcto posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina. También se comprobó si el sistema de gestión de calidad ha generado una mayor satisfacción y fidelidad de los clientes hacia el Hotel caso de estudio (Tabla 3).

Tabla 3. Sistema de Gestión de Calidad en la mejora eficiencia y rapidez de la resolución de problemas y satisfacción de los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	34	68%
No	5	10%
No estoy seguro/a	11	22%
TOTAL	50	100%

Fuente: Elaboración propia.



Los resultados demuestran que el Sistema de Gestión de Calidad contribuye a la mejora de eficiencia y rapidez de la resolución de problemas y satisfacción de los clientes. Tan sólo que se requiere de mayor familiarización con la calidad para el posicionamiento estratégico referido.

Por otra parte, se analizó el enfoque en la calidad del servicio ha contribuido al posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina en el mercado de Manta. Los resultados de este análisis en particular se detallan en la Figura 2.

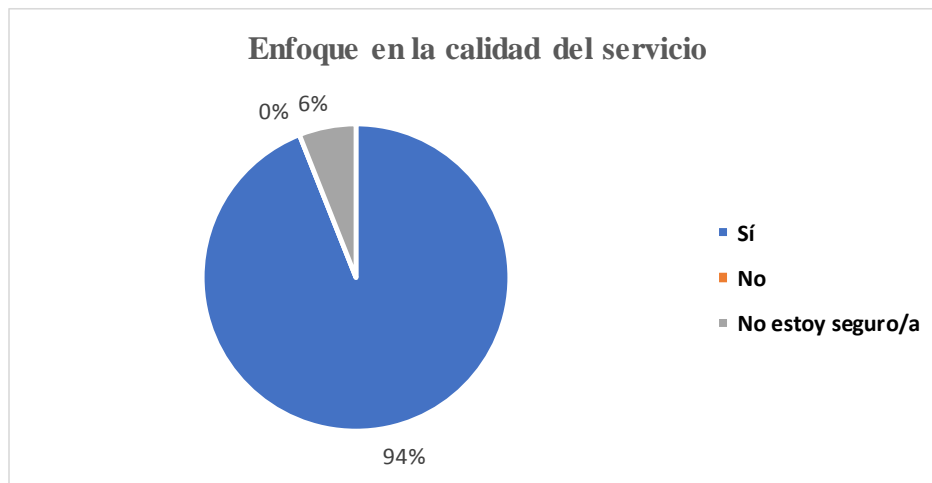


Figura 2. Análisis del enfoque en la calidad del servicio ha contribuido al posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina en el mercado de Manta.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados relacionados con el enfoque en la calidad del servicio han contribuido al posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina en el mercado de Manta, reveló una conexión directa entre ambas áreas. No obstante, se precisa de la identificación de las fortalezas y oportunidades de mejora en el sistema de gestión de calidad para el logro de una posición competitiva y con ello satisfacer de manera más eficaz las expectativas de los clientes.

Conclusiones

En la gestión de la información realizada para para analizar la calidad en el posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina, se evidenció que es deficiente la familiarización por parte de los colaboradores con el Sistema de Gestión de Calidad implementado en el hotel, no obstante, se corroboró que a través del Sistema de Gestión se mejora la eficiencia y rapidez de la resolución de problemas y satisfacción de los clientes. Además, se evidenció que el



enfoque de la calidad del servicio ha contribuido al posicionamiento estratégico del Hotel Aquamarina en el mercado de Manta. En el análisis se destaca una conexión directa entre ambas áreas. No obstante, se precisa de la identificación de las fortalezas y oportunidades de mejora en el sistema de gestión de calidad para el logro de una posición competitiva y con ello satisfacer de manera más eficaz las expectativas de los clientes.

Conflictos de intereses

Los autores no poseen conflictos de intereses.

Contribución de los autores

1. Conceptualización: Narciso Roberto Yoza Rodriguez, Alisson Juliana Alvia Sánchez
2. Curación de datos: Narciso Roberto Yoza Rodriguez
3. Análisis formal: Narciso Roberto Yoza Rodriguez, Alisson Juliana Alvia Sánchez
4. Investigación: Narciso Roberto Yoza Rodriguez
5. Metodología: Narciso Roberto Yoza Rodriguez
6. Software: Alisson Juliana Alvia Sánchez
7. Supervisión: Alisson Juliana Alvia Sánchez
8. Validación: Alisson Juliana Alvia Sánchez
9. Visualización: Alisson Juliana Alvia Sánchez
10. Redacción – borrador original: Narciso Roberto Yoza Rodriguez, Alisson Juliana Alvia Sánchez
11. Redacción – revisión y edición: Narciso Roberto Yoza Rodriguez, Alisson Juliana Alvia Sánchez

Financiamiento

La investigación no requirió fuente de financiamiento externa.

Referencias

- AJA QUIROGA, LOURDES. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las Organizaciones. "ACIMED". vol. 10, n. 5, pp. <http://eprints.rclis.org/archive/00001841/01/gestion.pdf>
- CRUZ ESPINOZA, J. S., LÓPEZ ZERECEDA, C. J., & VALDEIGLESIAS PACHECO, C. S. (2019). Plan estratégico para Hotel escuela boutique la casa de don Ignacio. Tesis de Maestría, Universidad San ignacio de



loyola, Lima. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4be6f8d2-c5fd-444e-8070-dcaa3727db70/content>

FONT GRAUPERA, E. LAZCANO HERRERA, C, RUIZ GONZÁLEZ, M (2014). La gestión estratégica de la información en las organizaciones: una propuesta metodológica. UNIANDES EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación No 1. Vol. (1). 2014

MARIÑAS ESPINOZA, G. A. (2020). Gestión de calidad y satisfacción del cliente interno en el hotel Decameron el pueblo en la ciudad de Lima, 2020. tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres, Lima. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8236/MARI%C3%91AS_EG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

POMA, P. (2020). Planificación Estratégica como herramienta de gestión para el posicionamiento en el mercado de Resort "De sol a sol" en el sector turístico hotelero de a ciudad de Huaquillas, año 2019. (Tesis de Maestría) . Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1216/Planificaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica%20como%20herramienta%20de%20gesti%C3%B3n%20para%20el%20Posicionamiento%20en%20el%20Mercado%20del%20Resort%20E2%80%98De%20Sol%20a%20Sol%20E2%80%99%20en%20el%20se>

RODRÍGUEZ, B. (2019). Gestión de la calidad de los servicios para mejorar el desempeño laboral en el hotel Riobamba INN. de la ciudad de Riobamba. (tesis de Grado). UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5517/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0021.pdf>

TIPANQUIZA GUEVARA, A. T. (2019). *La gestión de calidad y la rentabilidad de las empresas del subsector comercial de la ciudad de Quito. (Proyecto de investigación)*. Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29100/1/T4398i.pdf>

