

# **TENDENCIAS ACTUALES DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA GESTIÓN TURÍSTICA**

**Autores: Aleida Escalona de la Cruz**

**Msc. Frank Marcos Castro González**

**Escuela de Hotelería y Turismo, Varadero 2014**

# ¿QUÉ ES CALIDAD?

## Tendencias de la Sociedad del Siglo XXI

---

- “Grado en que un conjunto de características inherentes cumplen con unos requisitos”(ISO 9000/9002)

### La Evolucion de La Sociedad

- Cumplir con los requerimientos mutuamente acordados con el cliente” Creatividad e Innovacion

- Calidad es el suministro de 100% de calidad siempre” Las Tecnologias

- HES Hoteles Eficientes Sostenibles, Calidad II Generación Sustentabilidad

# Globalización de la Economía

- ✓ ALTERACIONES EN EL MAPA DE COMPETIDORES/PROVEEDORES/CLIENTES QUE OBLIGAN A RECOMPONER EL MAPA ESTRATÉGICO

Sustentabilidad



# TURISMO 3ª GENERACIÓN

Mercado de Compradores



**UN MUNDO “PATAS ARRIBA” EN LO ECONÓMICO,  
SOCIAL, CULTURAL, MEDIOAMBIENTAL,  
TECNOLÓGICO..... CREATIVIDAD E INNOVACION**

Consumidores más  
Informados

**... LAS NUEVAS FÓRMULAS  
DE COMUNICACIÓN Y  
SOSTENIBILIDAD EN LA SOCIEDAD  
(PRIMERA DÉCADA DEL SIGLO XXI)  
Las Tecnologías Marketing del Nuevo  
Milenio**



# ¿Cómo deben ser los nuevos hoteles?



Siguiendo las tendencias de la Sociedad del siglo XXI:

¿Quiénes son y serán los clientes?

Pensemos lo siguiente: Personas con distintas edades:

AÑO 2010

AÑO 2025

10 años

25 años

15 años

30 años

20 años

35 años

25 años

40 años

30 años

45 años

35 años

50 años

40 años

55 años

45 años

60 años

50 años

65 años

Serán diferentes por cuatro motivos fundamentales

1°. La Evolución de **la Sociedad**

2°. Las **Tecnologías**

3°. La **Sostenibilidad**

4°. **Creatividad e Innovación**

Podemos asegurar que este grupo de personas que hoy se encuentran en unas edades determinadas se encontrarán con un escenario distinto en el año 2025. Habrán crecido formando parte de la "hoja de ruta" de la sostenibilidad y estarán integrados en los cuatro motivos fundamentales de los que hablábamos al principio.

# Diversidad de Clientes

Consumidores más Informados  
La Evolución de La Sociedad

- constituida por personas de diferentes características
  - Razas
  - Credos
  - Religiones
  - Clases sociales
  - Edad
  - Sexo
  - Capacidad física
  - Costumbres

# Supervivencia “Comoditización”

Proceso de progresiva desaparición de la Diferenciación en los productos de consumo o en los servicios.

Comoditizar: Convertir algo en producto de uso corriente.

Los hoteles se están “comoditizando”, es decir, se dice que se produce “Comoditización” en un bien o servicio cuando éste pierde diferenciación en el mercado.

De esta manera, productos o servicios que en un momento han podido tener una ventaja competitiva, y que por lo tanto eran altamente rentables por sus altos márgenes, se han convertido en “commodities” perdiendo su diferenciación.

## SUPERVIVENCIA

- ✓ Lo mejor para huir de la "Comoditización" es generar Marca. Una marca reside en la mente de los consumidores. Para poder crear Marca es fundamental saber cuáles son las necesidades específicas del mercado y del entorno.
- ✓ Hoy, mañana y para el futuro necesitamos **Marcas Sostenibles**
- ✓ Lo que distingue una Marca Sostenible de su homólogo "Commodity" es la percepción y sentimientos que el consumidor tiene sobre los atributos y beneficios del producto. cómo actúan sobre él y como afectan a la Comunidad.
- ✓ Cuando un producto o un servicio se transforman en un "Commodity", es decir, en un producto indiferenciable respecto de los que ofrecen los demás competidores, la única alternativa competitiva es el Precio, con el consiguiente impacto negativo en la rentabilidad final de la empresa.

# EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CALIDAD

## Énfasis en los Productos:

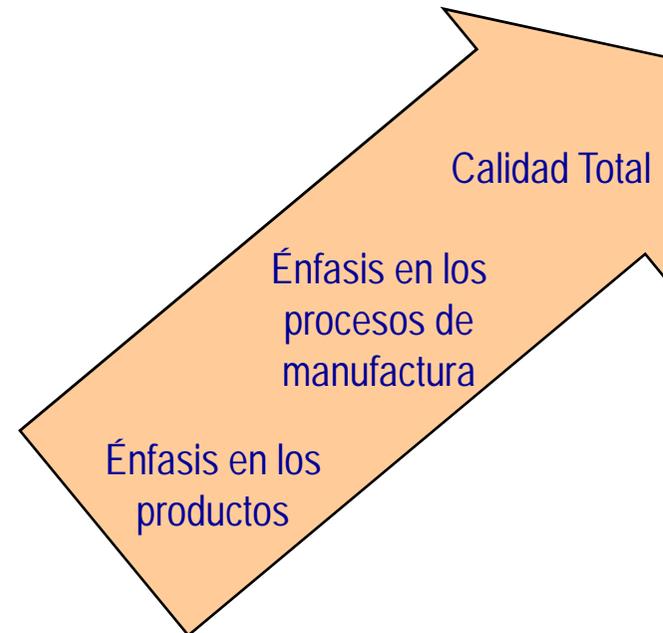
- ✓ Calidad como cumplimiento de las especificaciones
- ✓ Control de calidad como inspección

## Énfasis en los procesos de Manufactura:

- ✓ Calidad como cumplimiento de las especificaciones
- ✓ Control estadística de los procesos

## Calidad Total

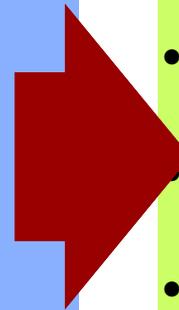
- ✓ Calidad como satisfacción del cliente
- ✓ Calidad total de productos y servicios
- ✓ Control total de la calidad como una forma de administrar una organización



# CONCEPTO DE CALIDAD TOTAL

## CONCEPCIÓN TRADICIONAL

- Calidad orientada al producto exclusivamente
- Considera al cliente externo
- La responsabilidad de la calidad es de la unidad que la controla
- La calidad es establecida por el fabricante
- La calidad pretende la detección de fallas
- Exigencias de niveles de calidad aceptables
- La calidad cuesta
- La calidad significa inspección
- Predomina la cantidad sobre la calidad
- La calidad es un factor operacional

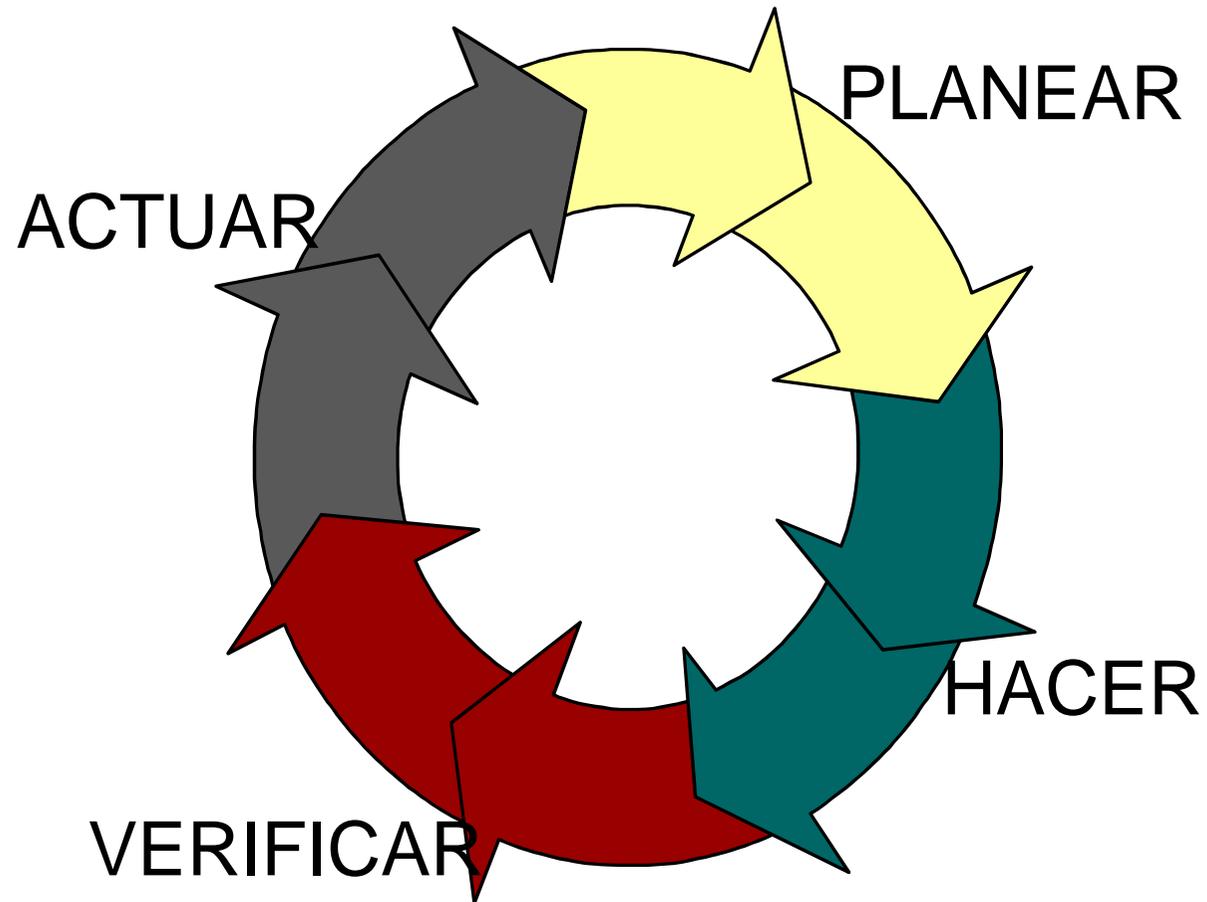


## CONCEPCIÓN MODERNA

- Calidad afecta toda la productividad de la empresa
- Considera al cliente externo e interno
- La responsabilidad de la calidad es de todos
- La calidad es establecida por el cliente
- La calidad pretende la prevención de fallas
- Cero errores, hacerlo bien desde la primera vez
- La calidad es rentable
- La calidad significa satisfacción
- Predomina la calidad sobre la cantidad
- La calidad es un factor estratégico

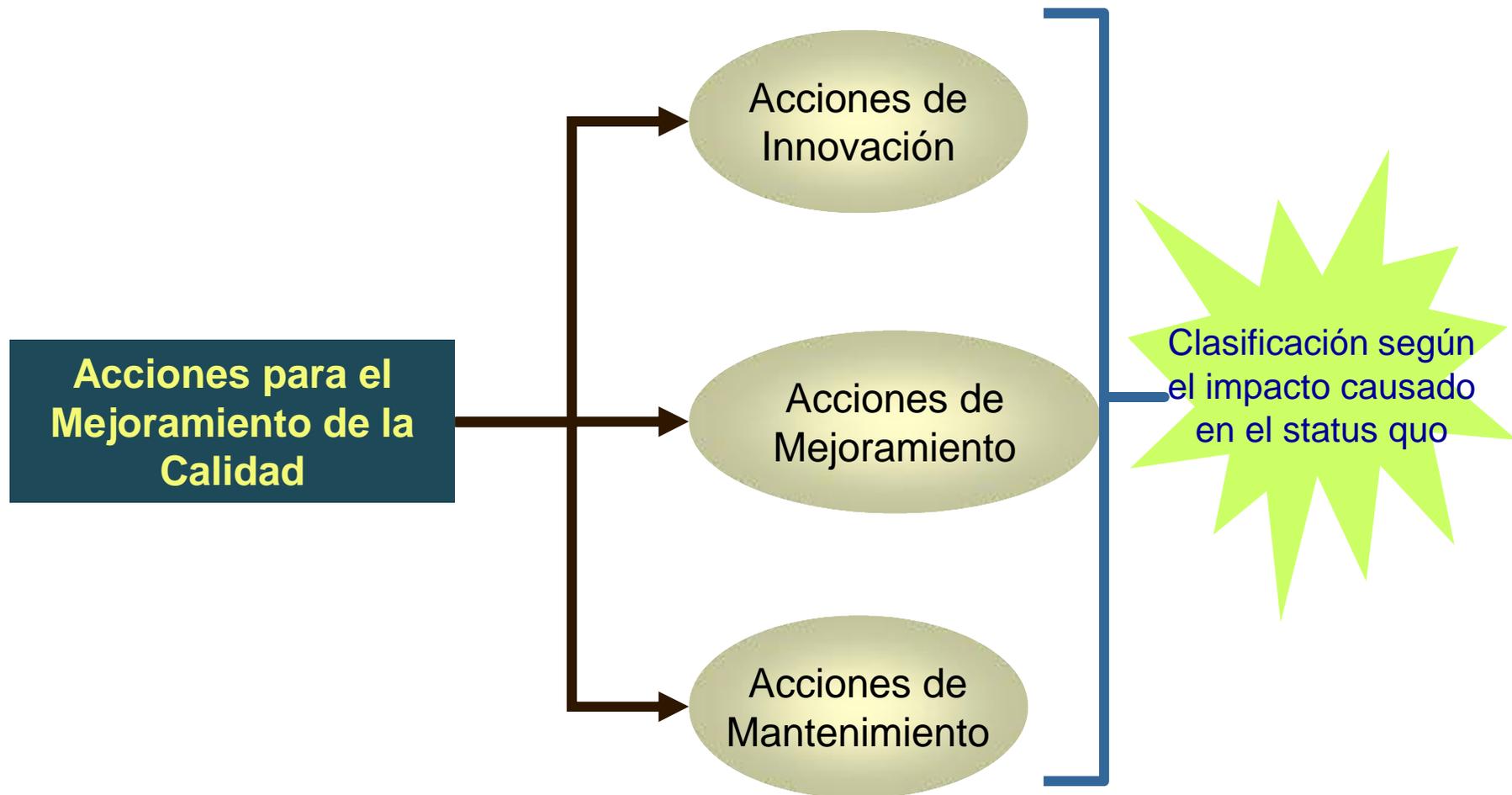
# MEJORAMIENTO CONTINUO

**Ciclo = PHVA : Planear- Hacer-Verificar-Actuar**  
**PDCA: Procesos De Calidad**



# MEJORAMIENTO CONTINUO

Las acciones que se realizan para mejorar la calidad y productividad, se las puede clasificar según el impacto que causan en las diferentes dimensiones de la empresa: Estructura, Procesos y Tecnología.



# PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

## **1 - Organización Enfocada al Cliente**

Deben identificar y entender sus necesidades presentes y futuras

## **2 - Liderazgo**

Necesario para proveer una unidad de propósito y dirección

## **3 - Involucramiento de la Gente CLIP**

Necesario para proveer una unidad de propósito y dirección

## **4 - Enfoque de Procesos**

Administrar los recursos y las actividades como procesos.

## **5 - Enfoque de Sistemático**

Identificación, entendimiento y gestión de procesos interrelacionados.

## **6 - Mejoramiento continuo**

## **7 - Toma de decisiones basado en hechos**

Análisis lógico e intuitivo de los datos y información.

## **8 - Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor**

Relación que realzará la capacidad de ambas organizaciones para crear valor