

REPÚBLICA DEL ECUADOR
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo

**CARRERA DE TECNOLOGÍA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE
GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN “RIO NAPO LODGE”,
UBICADO EN EL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL
MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DURANTE EL
AÑO 2019.**

Tesis de grado, presentado como requisito parcial para optar por el Título de
Tecnología en Administración Turística y Hotelera.

AUTORA: Silvia Susana Yáñez García

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla

Tena - Ecuador

2019

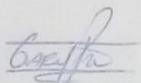
ING GARY PATRICIO RIVADENEYRA OLALLA.

**DOCENTE DE LA CARRERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.**

CERTIFICA:

Que el presente Trabajo de Titulación titulado “IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN “RIO NAPO LODGE”, UBICADO EN EL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DURANTE EL AÑO 2019” desarrollada por Silvia Susana Yáñez García, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Tena, 17 de octubre del 2019



Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 20 de noviembre del 2019

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado **“IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN “RIO NAPO LODGE”, UBICADO EN EL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DURANTE EL AÑO 2019”** presentada por la señorita: Silvia Susana Yáñez García, estudiante de la carrera de Administración Turística y Hotelera del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;



Lic. Odra Carolina Guerrero Escalante

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Natali Maribel Freire Tixe

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Lic. Inés Beatriz Gómez Rivas

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, SILVIA SUSANA YÁNEZ GARCÍA, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de nuestro trabajo de Titulación en el repositorio institucional - biblioteca Virtual.

AUTORA:



SILVIA SUSANA YÁNEZ GARCÍA

CEDULA: 1500967391

FECHA: Tena 20 de noviembre del 2019

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR

Yo, SILVIA SUSANA YÁNEZ GARCÍA, declaro ser autora del Trabajo de Titulación: **“IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN “RIO NAPO LODGE”, UBICADO EN EL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DURANTE EL AÑO 2019”**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional. Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena 20 de noviembre del 2019, firman la autora.

AUTORA: Silvia-Susana Yánez García

FIRMA: 

CÉDULA: 1500967391

DIRECCIÓN: Aeropuerto N°2, Avenida Tamiaurko y Marpindo

CORREO ELECTRÓNICO: susiyanez@hotmail.com

TELÉFONO: 062888347

CELULAR: 0998308423

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Lic. Odra Carolina Guerrero Escalante (Presidente).

Ing. Natali Maribel Freire Tixe (Miembro).

Lic. Inés Beatriz Gómez Rivas (Miembro).

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios por darme la vida, salud y esperanza.

A mi madre por mostrarme el camino a la superación, dándome un ejemplo de humildad y sacrificio, formándome con buenos sentimientos, hábitos, valores, brindándome siempre su apoyo incondicional.

A mi familia por compartir conmigo buenos y malos momentos juntos, fomentando en mí el deseo de superación.

SILVIA SUSANA YÁNEZ GARCÍA

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios por ser mi guía, a mi madre por su apoyo incondicional, sus consejos e inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

A mi familia por estar siempre presentes brindándome su apoyo.

Mi profundo agradecimiento a la Ingeniera María Fernanda Oñate Coordinadora de la cátedra de Turismo quien ha sido una parte fundamental en todo mi proceso académico, con la enseñanza de sus valiosos conocimientos, además de su apoyo, comprensión y amistad.

Al Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla director de tesis, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración supo guiarme durante todo el proceso de titulación.

A los docentes que con sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional del Instituto Superior Tecnológico Tena, a mis compañeros con los que compartí los mejores momentos dentro y fuera de las aulas.

SILVIA SUSANA YÁNEZ GARCÍA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PAG.
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
A. TEMA	xv
B. RESUMEN.....	xvi
C. INTRODUCCIÓN.....	1
D. REVISIÓN DE LITERATURA	3
4.1. El sector turístico.....	3
4.1.1 Calidad.....	3
4.1.2 Normas de calidad y sostenibilidad en el turismo.....	4
4.1.3 El alojamiento	5
4.2. Requisitos distintivos	10
4.3 Sistema SIGO.....	11
4.4 Marco legal	11
4.5 Marco conceptual.....	15
E. MATERIALES Y MÉTODOS.....	18
5.1. Materiales.....	18
5.1.2. Equipos.....	18
5.1.2. Herramientas	18
5.1.3. Instrumentos	18
5.2. Métodos.....	18
5.2.1. Ubicación del área de estudio.....	18
5.2.2. Ubicación política	19

5.2.3. Ubicación geográfica.....	20
5.3. Aspectos biofísicos y climáticos	21
5.3.1. Aspectos biofísicos.....	21
5.3.2. Aspectos climáticos.....	27
5.4. Tipo de investigación.....	27
5.5. Conocer la Situación Actual del “RIO NAPO LODGE”.....	28
5.5.1. Diagnóstico situacional.....	28
5.5.2 Realizar diagnóstico de resultados.....	29
5.5.3 Realizar el diagnóstico de la estructura financiera	29
5.6. Aplicar la metodología del Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO) en “Rio Napo Lodge”.....	29
5.6.1 Proceso de la implementación de SIGO	30
5.6.2 Módulo 1 Calidad Personal	30
5.6.3 Módulo 2: Enfoque en el cliente	31
5.6.4 Módulo 3: Gestión de la rutina y la mejora.....	32
5.7. Elaborar un plan de acciones correctivas para el “Rio Napo Lodge”	33
F. RESULTADOS	34
6.1. Conocer la situación actual del “RIO NAPO LODGE”.....	34
6.1.1. Diagnostico situacional.....	34
6.1.2. Realizar diagnóstico de resultados.....	35
6.1.3. Realizar el diagnóstico de la estructura financiera	37
6.2. Aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en “Rio Napo Lodge”.....	39
6.2.1. Proceso de la implementación de SIGO	39
6.2.3 Módulo 1 - Calidad personal.....	43
6.2.4 Módulo 2: Enfoque en el cliente	53
G. CONCLUSIONES	64
H. RECOMENDACIONES	65
I. BIBLIOGRAFÍA	66
J. ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados obtenidos en el módulo 1 calidad personal - diagnóstico situacional.....	34
Tabla 2: Diagnósticos de resultados.....	35
Tabla 3: Diagnóstico de estructura financiera.....	37
Tabla 4: Diagnóstico de la estructura financiera.....	37
Tabla 5: Sesiones de capacitación.....	39
Tabla 6: Visitas de asesorías técnicas	39
Tabla 7: Matriz de asignación de responsabilidades.....	44
Tabla 8: Evaluación competitiva.....	58
Tabla 9: Resultados de la evaluación competitiva	58
Tabla 10: Análisis de prioridades para la estandarización	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Plantas maderables	23
Cuadro 2. Especies arbustivas.....	23
Cuadro 3. Especies medicinales	24
Cuadro 4. Especies frutales	24
Cuadro 5. Fauna local	25
Cuadro 6. Aves.....	25
Cuadro 7: Descripción de información climática.....	27
Cuadro 8: Escala aplicable a resultados	29
Cuadro 9: Cronograma de trabajo	40
Cuadro 10: Sistema QQCC	44
Cuadro 11: Diagnóstico del puesto	45
Cuadro 12: Segmentación de mercado.....	53
Cuadro 13: Necesidades del Nicho	53
Cuadro 14: Sugerencias.....	56
Cuadro 15. Traducción de las necesidades del cliente.....	56
Cuadro 16. Definición de valor agregado	59
Cuadro 17. Canales de venta y fidelización	59
Cuadro 18: Procedimiento operativo	60
Cuadro 19: Política básica y evaluación de resultados	61
Cuadro 20. Matriz FODA	62
Cuadro 21: Principales retos y acciones inmediatas de mejora	62

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Lista de verificación.....	35
Gráfico 2: Diagnóstico de resultados	36
Gráfico 3: Diagnóstico de la estructura financiera.....	38
Gráfico 4: Diagnóstico situacional.....	38
Gráfico 5: Organigrama estructural	46
Gráfico 6: Cómo fue el trato que le proporcionó el personal.....	54
Gráfico 7: Cómo califica nuestras instalaciones	54
Gráfico 8: Los precios están acordes con los servicios.....	55
Gráfico 9: Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios	55
Gráfico 10: Volvería a elegirnos	56

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Área de estudio	19
Ilustración 2: Ubicación política parroquia de Misahuallí.....	20
Ilustración 3: Ubicación geográfica de la parroquia de Misahuallí	21

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Lista de verificación (F-G-01).....	68
Anexo 2. Diagnóstico de resultados.....	71
Anexo 3. Diagnóstico de la estructura financiera	72
Anexo 4. Cronograma de implementación del sistema SIGO y entregables	73
Anexo 5. Matriz de asignación de responsabilidades	76
Anexo 6. Sistema QQCC	77
Anexo 7. Diagnóstico del puesto	78
Anexo 8. Segmentación del mercado.....	79
Anexo 9. Análisis de necesidades del nicho seleccionado.....	80
Anexo 10. Traducción de las necesidades del cliente	81
Anexo 11. Encuesta de satisfacción.....	82
Anexo 12. Evaluación competitiva	83
Anexo 13. Definición de valor agregado	84
Anexo 14. Gestión de reclamos y quejas	85
Anexo 15. Análisis de prioridades para la estandarización.....	86
Anexo 16. Procedimiento operativo.....	87
Anexo 17. Política básica: misión, visión y valores.....	88
Anexo 18. Matriz FODA.....	89
Anexo 19. Principales retos y acciones de mejora.....	90
Anexo 20. Solicitud de uso del manual SIGO	91
Anexo 21. Formulario F-G-01	92
Anexo 22. Formulario F-G-02	95
Anexo 23. Formulario F-G-03	97
Anexo 24. Formulario F-H1-01	98
Anexo 25. Formulario F-H1-02	101
Anexo 26. Formulario F-H1-03	102
Anexo 27. Formulario F-H2-01	103
Anexo 28. Formulario F-H4-01	105
Anexo 29. Formulario F-H4-02	106
Anexo 30. Formulario F- H4-03	107
Anexo 31. Formulario F-H4-04	108

Anexo 32. Formulario F-H4-05	125
Anexo 33. Formulario F-H4-06	126
Anexo 34. Formulario F-H5-01	127
Anexo 35. Formulario F-H7-01	128
Anexo 36. Formulario F-H7-02	129
Anexo 37. Formulario F-H9-01	131
Anexo 38. Formulario F-H9-02	132
Anexo 39. Formulario F-G-04	133
Anexo 40. Registro de asistencia	134
Anexo 41. Fotográficos	135
Anexo 42. Evidencia fotográfica de principales y acciones inmediatas de mejora	139

A. TEMA

IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN “RIO NAPO LODGE”, UBICADO EN EL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DURANTE EL AÑO 2019

B. RESUMEN

El investigación se efectuó en el “Rio Napo Lodge” ubicado en la parroquia de Misahuallí, cantón Tena, el establecimiento se dedica al servicio de hospedaje, alimentación y recreación, los procesos internos de la empresa no están bien definidos, realizando las tareas de manera empírica, sin estándares mínimos. Este trabajo investigativo propone la implementación del programa Sistema de Gestión Organizacional (SIGO) en el establecimiento para el mejoramiento de la calidad en el servicio durante el año 2019. El mismo cumplió tres objetivos: el primero, determinar el diagnóstico situacional, mediante la aplicación de 3 formularios, arrojando como resultado una calificación 35.25/90, muy por debajo de la nota deseada; el segundo objetivo fue aplicar la metodología del sistema de gestión organizacional (SIGO) mediante 3 módulos con un total de 9 herramientas, ejecutando de forma óptima 7; el tercer objetivo fue elaborar un plan de acciones correctivas, logrando ejecutar 9 de 12 acciones propuestas.

Palabras claves: Aplicación de herramientas, Calidad de servicio, Procesos internos.

ABSTRACT

The research was carried out in the “Rio Napo Lodge” located in Misahuallí parish, Tena Canton, the establishment is dedicated to the service of lodging, food and recreation, the internal processes of the company are not well defined, performing the tasks in an Empirical way, without minimum standards. This research work proposes the implementation of the Initial Organizational Management System (SIGO, by their acronyms in Spanish) program in the establishment for the improvement of service quality during the year 2019. It met three objectives: the first, to determine the situational diagnosis, through the application of 3 forms, resulting in a 35.25 / 90 grade, well below the desired grade; the second objective was to apply the methodology of the Initial Organizational Management System (SIGO) through 3 modules with a total of 9 tools, optimally executing 7; The third objective was to develop a corrective action plan, managing to execute 9 of 12 proposed actions.

Keywords: Application of tools, quality of service, internal process.

Reviewed by

BA. Gissela Solórzano Intriago
Coordinator of English Center ISTT
C.C. 1313303941

C. INTRODUCCIÓN

La parroquia Misahuallí está posicionada turísticamente, es poseedora de una diversidad de atractivos naturales y culturales, pese a estar posicionada se evidencio la necesidad de mejorar el servicio.

El presente proyecto es una alternativa para mejorar la calidad del servicio en la localidad, a través de la implementación del programa de calidad turística “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO) en “Rio Napo Lodge” se optimizara estándares para satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos, alcanzando una mayor rentabilidad y competitividad.

Para el desarrollo de este proyecto se ha realizado un estudio previo que determine: la calidad del servicio; los costos implicados; las preferencias de los potenciales clientes por las que estarían dispuestos a pagar; los factores relativos a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa, para después de finalizado el proceso los dueños de la misma tomen la decisión de aplicarlo, con miras a desarrollar estrategias que lo diferencien de la oferta hotelera actual.

Los procesos a llevarse a cabo son, en primer lugar un diagnóstico haciendo posible reconocer la situación actual de la empresa, seguido de 6 sesiones de capacitaciones impartidas por los funcionarios del MINTUR (Ministerio de Turismo), visitas y asesoría con los formularios a llenar como parte del proceso SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional) y finalmente una evaluación para recibir un diploma de participación de SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional).

El objetivo principal del presente trabajo es implementar el programa de Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en “Rio Napo Lodge”, ubicado en el Cantón Tena, provincia de Napo, para el mejoramiento de la calidad en el servicio durante el año 2019.

Objetivos específicos, a) Conocer la situación actual de “Rio Napo Lodge”, b) Aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en el “Rio Napo Lodge”, c) Elaborar un plan de acciones correctivas para el “Rio Napo Lodge

D. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. El sector turístico

Es uno de los principales motores de la economía con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo, estableciéndose como una herramienta para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La dinámica de la demanda turística, además de ser más respetuoso con el ambiente, es más exigente con la relación calidad – precio del producto o servicio consumido (Ministerio de Turismo, 2019).

Comparado con otros sectores de la economía mundial, el turismo es de vital importancia, ya que se caracteriza por un crecimiento sostenido, y representa más de un tercio del total del comercio mundial de servicios.

Como actividad se traduce en una serie de beneficios para las regiones en las que se lleva a cabo, por ejemplo, el impulso de las economías de los países en vías de desarrollo, pues, para muchos, el turismo internacional constituye una fuente indispensable de ingresos en divisas extranjeras, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2009).

El sector del alojamiento conforma una de las dos estructuras básicas sobre las que se asienta la actividad turística, mientras que la otra es el transporte. Sin medios de comunicación no puede haber turismo, es cierto, pero sin alojamiento el visitante no puede asentarse temporalmente en el recurso que ha provocado el viaje. (Peris, 2019)

4.1.1 Calidad

No cabe duda que la calidad de los productos turísticos es una pieza clave en la conformación de la imagen de los mismos y que cada vez más adquieren un papel preponderante frente a las acciones comunicativas. Puesto que la referida calidad

es el instrumento más adecuado para fidelizar a los clientes satisfechos. (Jose Miguel Rodriguez Anton, 2009).

La satisfacción de los turistas con relación a un producto turístico está directamente relacionada a la calidad del mismo y dado que estos poseen cada vez más experiencia y son más exigentes esperan una relación calidad – precio cada vez más satisfactoria.

4.1.2 Normas de calidad y sostenibilidad en el turismo

Las buenas prácticas en el turismo de aventura brindan un valor agregado al servicio, con la implementación de estándares de calidad, que permite a los clientes estar seguros en los lugares que visitan y las actividades que realizan.

Existen dos normas que establecen los requisitos mínimos para que organizaciones de la industria turística, mejoren su cadena de valor. La norma ISO 21101 que define los procesos necesarios para seguridad y control a través de un sistema de gestión de la seguridad aplicado para proveedores de turismo de aventura, para revisar las actividades que ofrecen, evaluar situaciones de mayor riesgo y comprender las necesidades de los turistas. Y la ISO 21103 que especifica el tipo de información que tiene que facilitarse a los participantes potenciales, antes, durante y después de realizar las actividades de turismo de aventura. (UNE - ISO 21101, 2015).

Estas normas otorgan más seguridad, confianza y competitividad a la industria del turismo en todo el mundo. El concepto de turismo de aventura se encuentra orientado a los viajeros que quieren disfrutar del aire libre y la naturaleza, practicar deportes con algún porcentaje de riesgo o vivir momentos de adrenalina. Este tipo de turismo ha ganado popularidad en el último tiempo, por lo que la seguridad es un tema clave que se debe considerar.

La calidad se ha convertido en una herramienta valiosa para el sector, sin embargo no se dispone de datos estadísticos para saber cómo ha ido evolucionando este tipo de actividad en nuestro país, pero sí está claro que se ha incrementado

gracias a las tendencias arriesgadas, dinámicas y únicas que los viajeros buscan vivir (servicio de acreditación ecuatoriano, 2018).

4.1.3 El alojamiento

Es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros (Ministerio de Turismo, 2016).

Lugar donde una persona o un grupo de personas se hospedan, se aposenta o acampa (Hernandez, 2016).

- **Hospedaje**

Servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida (Ministerio de Turismo, 2016).

El hospedaje es un tipo de edificación donde se presan servicios de alojamiento en habitaciones, generalmente es temporal, este servicio también brinda alimentación y está muy ligada al turismo (Solano & Ramirez, 2018).

- **Lodge.**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Huésped**

Turista nacional o extranjero que pernocta, de manera no permanente, en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Jornada hotelera**

Período de tiempo determinado según las políticas del establecimiento, en el que se define el horario de ingreso (check in) y salida (check out) de los huéspedes (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Plaza**

Espacio de hospedaje por persona con el que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Catastro de alojamiento**

Es el registro administrativo de los establecimientos de alojamiento registrados ante la Autoridad Competente el cual mantiene datos de su identificación, número de registro, clasificación, categorización y los demás que determine la Autoridad Nacional de Turismo (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Categoría**

Se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Tarifa rack o mostrador**

Tarifa máxima por pernoctación que determina el establecimiento de alojamiento turístico por el servicio de alojamiento. Este deberá considerar el valor por huésped, por noche, por tipo de habitación y por temporada, incluido impuestos. Anualmente esta tarifa deberá ser registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo, conforme lo dispuesto en este Reglamento (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Amenities**

Artículos de limpieza y cuidado personal, entregados como cortesía al huésped, en las habitaciones de los establecimientos de alojamiento turístico (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Área de uso común**

Es la superficie construida de un establecimiento de alojamiento turístico que provee de servicios generales al inmueble, tales como vestíbulo principal, cuartos de baño y aseo comunes, entre otros (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Botiquín de primeros auxilios**

Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos lo siguiente: algodón hidrófilo, tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, suero fisiológico, sales hidratantes, termómetro, vendas elásticas, manual de primeros auxilios (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Cuarto de baño y aseo**

Áreas destinadas al aseo personal o para satisfacer una determinada necesidad biológica (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Cuarto de baño y aseo compartido**

Cuarto de baño, en espacio independiente a las habitaciones, destinado a servir los requerimientos hasta de 6 plazas. Este tipo de baño puede ser unisex (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Cuarto de baño y aseo en áreas comunes**

Cuarto de baño que se encuentra ubicado en áreas para uso común y/o múltiple de huéspedes. Este tipo de baño puede ser unisex, dependiendo de la capacidad del establecimiento (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Cuarto de baño y aseo privado**

Cuarto de baño de uso exclusivo para los huéspedes de una determinada habitación (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Habitación compartida**

Cuarto compartido de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de varias personas, pudiendo no pertenecer al mismo grupo. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico categorizados de tres, cuatro y cinco estrellas (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Habitación privada**

Cuarto privado de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o más personas del mismo grupo, según su capacidad y acomodación (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Tipos de camas**

a) Cama de una plaza: Cama cuya dimensión es de al menos 80x190 cm.

b) Cama de una plaza y media (twin): Cama cuya dimensión es de al menos 105x190 cm. Las dimensiones de este tipo de cama deberán ser consideradas para camas adicionales.

c) Cama de dos plazas (full): Cama cuya dimensión es de al menos 135x190 cm.

d) Cama de dos y media plazas (queen): Cama cuya dimensión es de al menos 156x200 cm.

e) Cama de tres plazas (king): Cama cuya dimensión es de al menos 200x200 cm (Ministerio de Turismo, 2016).

- **Clases de habitaciones**

a) Habitaciones individuales (SB): Son habitaciones de menor tamaño que las dobles. La cama suele ser individual, (90/100 cm), aunque a veces se sitúa una única cama grande.

b) Habitaciones dobles (DB): Tienen dos camas individuales o una grande. Cuando se trata de una habitación con dos camas individuales se denomina twin. Cuando se realice la reserva de este tipo de habitaciones es conveniente especificar si se desea una o dos camas.

c) Habitación doble de uso individual (DUSB): Se trata de una habitación doble que es utilizada por una sola persona.

d) Habitación con salón: Son habitaciones dobles que disponen en el vestíbulo de un salón para recibir visitas. Algunos hoteles las comercializan con el nombre de suite junior.

e) Suites: Las diversas legislaciones establecen de forma clara qué tipo de habitación debe ser considerada suite. De forma habitual, es considerada como tal aquella unidad de alojamiento que dispone de al menos dos habitaciones dobles, con sus correspondientes baños, y un salón, siempre que cuenten con una entrada común. Los hoteles de elevada calidad suelen contar con varias suites y ofrecen siempre una gran suite o suite presidencial que habitualmente se sitúa en el último piso del hotel. Se comercializa con varios nombres y ofrece servicios de alto standing como piscinas cubiertas o helipuerto (Peris, 2019).

- **Todo incluido o "all inclusive"**

Es la modalidad de servicio que brinda un establecimiento de alojamiento turístico, donde ofrece alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y otros servicios, dándole al turista una estadía completa sin que deba incurrir en pagos adicionales a los establecidos en el contrato (Ministerio de Turismo, 2016).

4.2. Requisitos distintivos

Los establecimientos de alojamiento turístico de manera opcional, podrán acceder al reconocimiento de distintivo "Superior", disponible para las categorías de tres a cinco estrellas, de cualquier tipología a la que pertenezcan, siempre y cuando cumplan con los requisitos obligatorios, requisitos de categorización, más el siguiente puntaje:

a. Categoría

Puntos requeridos como requisitos para distintivo "Superior"

- a) 5 Estrellas (60 puntos)
- b) 4 Estrellas (50 puntos)
- c) 3 Estrellas (40 puntos)
- d) 2 Estrellas N/A
- e) 1 Estrella N/A
- f) Categoría única N/A

(Ministerio de Turismo, 2016).

El sector turístico es uno de los principales motores de la economía con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo. La dinámica de la demanda turística, además de ser más respetuosos con el ambiente, es más exigente con la relación calidad – precio del producto o servicio consumido (Ministerio de Turismo, 2019).

4.3 Sistema SIGO

El Sistema Inicial de Gestión Organizacional –SIGO ECUADOR- es una herramienta de gestión de rápida implementación para el mejoramiento de la calidad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) turísticas que ha sido desarrollada por Ejido Asesores.

a. Beneficio para las empresas

Este sistema fue creado para que las empresas puedan conducir la dirección de sus negocios, hacia la adopción de sistemas de gestión y estándares de calidad. Todo ello, con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes externos e internos, y alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad.

4.4 Marco legal

De la constitución de la republica del ecuador 2008

Sección quinta

“Intercambios económicos y comercio justo”

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

El Congreso Nacional del Ecuador en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

Ley de turismo

Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Última modificación: 29-dic.-2014 Estado: Vigente

Capítulo I

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

4.1. La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

4.2. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

4.3. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

4.4. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

4.5. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado;

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II

a) De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento

b. Servicio de alimentos y bebidas

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

c) Reglamento de alojamiento turístico capítulo II

Libro Segundo Artículo 95.

La autoridad sanitaria nacional en coordinación con el Ministerio de Ambiente, establecerá las normas básicas para la preservación del ambiente en materias relacionadas con la salud humana, las mismas que serán de cumplimiento obligatorio para todas las personas naturales, entidades públicas, privadas y comunitarias. El Estado a través de los organismos competentes y el sector privado está obligado a proporcionar a la población, información adecuada y veraz respecto del impacto ambiental y sus consecuencias para la salud individual y colectiva (Ley Orgánica de Salud, 2006, pág. 12).

d) SIGO Ecuador

Para el diseño y elaboración del SIGO Ecuador se utilizó la versión desarrollada por la Subsecretaría de Calidad Turística del Ministerio de Turismo de Argentina y la Cámara Argentina de Turismo (CAT).

Asimismo, se consultó a los más importantes autores y organismos nacionales e internacionales que han publicado trabajos y libros vinculados con los temas que se desarrollan en este sistema. Otros referentes han sido el sistema LAJACONET (Latín American – Japan Consulting Network), desarrollado por expertos latinoamericanos con la asistencia de Japón y el Sistema de Gestión Moderniza, una experiencia previa implementada en México con excelentes resultados.

4.5 Marco conceptual

Actitud: es el comportamiento que emplea una persona para hacer las labores.

Aptitud: capacidades y posibilidades de una persona para hacer las cosas.

Calidad: conjunto de características inherentes a un producto o servicio que cumple con los requisitos.

Charter: contratar el uso exclusivo de cualquier avión, autobús u otro vehículo.

Check in: el vocablo inglés check-in hace referencia a los trámites relacionados con la llegada de pasajeros a los aeropuertos o puertos antes de su embarque, así como a los trámites que se realizan en la recepción de un hotel cuando llega un nuevo cliente (Navarro, 2015).

Check out: hace referencia al momento de la salida del cliente del hotel; durante el cual debe hacer entrega de las llaves o tarjeta de la habitación y cualquier deuda pendiente relacionada con su estancia (Chekin, 2018).

Devengado: significa registrar contablemente su incidencia económica en el momento que se produce.

Eficiencia: relación entre los recursos utilizados y los resultados alcanzados.

Líder: la palabra líder proviene del inglés leader. Se define a los líderes como las personas capaces de guiar e influir a otras personas o grupos de personas, y que éstos además lo reconozcan como tal (Concepto.de, 2019).

Marketing: identificar las necesidades del mercado de referencia y hacerle llegar los productos adecuados de manera más eficiente y más eficaz que la competencia. En otras palabras es la administración redituable de las relaciones con el cliente (Silvia, 2017).

Meta: es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos de una persona.

Pragmático: que se refiere a la práctica, la ejecución o la realización de las acciones y no a la teoría o a la especulación.

Lobby: en hotelería recepción de hotel, punto de ingreso o de encuentro.

Precio: "la cantidad de dinero que debe pagar un cliente para obtener el producto" (Thompson, 2006).

Plaza: se denomina a aquel espacio público que forma parte de un centro urbano se caracteriza por estar abierto, se entiende como la forma donde se comercializa un producto o servicio, y este llegara a las manos del consumidor final (Grapsas, 2019), (santos, 2018).

Pax: es la abreviatura utilizada en turismo para designar la palabra “pasajero”.

Proveedor: el que suministra la materia prima para el proceso.

Servicio: el servicio es fundamentalmente diferente de un bien o de un producto. Servicio es trabajo en proceso, y no el resultado de la acción del trabajo; por esa razón fundamental, no se produce un servicio, sino que se presta un servicio (Patuzzo, 2019).

Segmento turístico: el turismo está formado por distintos segmentos turísticos como: económicos, sociales y medioambientales entre otros y por supuesto se tiene que tener en cuenta los viajes que realizan los turistas por las distintas motivaciones y que hacen posible el consumo de esta (Pérez Utrera , 2014).

Destino turístico: un destino turístico se concibe como un producto complejo, ya que comprende un conglomerado de elementos tangibles e intangibles, pero también puede percibirse globalmente como un producto y servicio único (Meiriño, Brea, Vila, & Lopez., 2016).

Tarifa: precio final al que se vende al público un producto o servicio.

Ratios: conocidos como indicadores que surgen de relacionar dos cifras que representen cantidades, unidades de medidas, se usa para analizar la situación financiera global de la empresa (Garcia, 2018).

E. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

En la investigación se emplearon equipos, herramientas, e instrumentos.

5.1.2. Equipos

- Equipo de cómputo.
- Cámara digital
- GPS

5.1.2. Herramientas

- Módulo del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).
- CD interactivo del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).
- Libreta de campo
- Lapicero
- Papel bond

5.1.3. Instrumentos

- Internet
- Libros
- Formulario de SIGO

5.2. Métodos

5.2.1. Ubicación del área de estudio

El estudio se realizó en el “RIO NAPO LODGE”, cuyo propietario es el señor Andy Tapuy César Samuel, el establecimiento está ubicado en la parroquia de Misahuallí, perteneciente al cantón Tena, provincia de Napo.

La cual cuenta con una Población de 5.502 habitantes con una tasa de crecimiento anual de 1,78 % según datos del de la proyección INEC al 2015.

Ilustración 1: Área de estudio



Fuente: Google maps

Elaborado por: la autora

5.2.2. Ubicación política

La parroquia de Misahuallí limita:

Norte: Parroquia San Pablo de Ushpayacu (Cordillera Napo Galeras)

Sur: Parroquias Puerto Napo y Ahuano (Río Puní, Shalcana)

Este: Parroquia Ahuano (Río Pusuno)

Oeste: San Pablo de Ushpayacu, Tena y Puerto Napo (Río Umbuni).

Ilustración 2: Ubicación política parroquia de Misahuallí



Fuente: PDOT Misahuallí

Elaborado: por la autora

5.2.3. Ubicación geográfica

Puerto Misahuallí, pertenece al cantón Tena, provincia de Napo. Está ubicada sobre el margen izquierdo del río Napo, enmarcándose dentro de las coordenadas UTM.

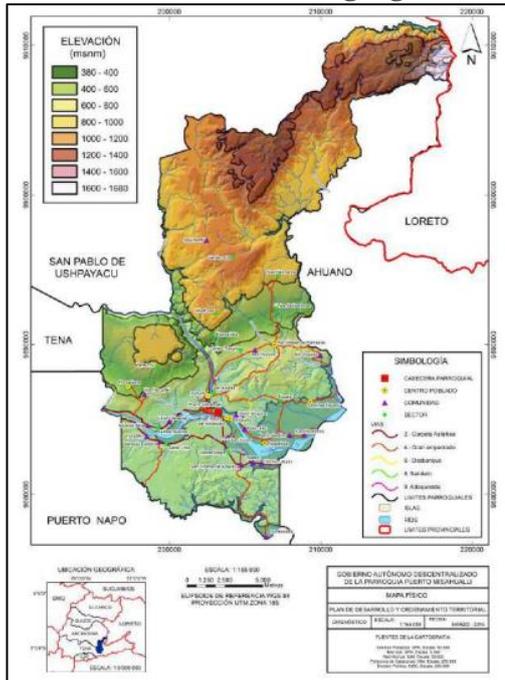
Coordenadas Geográficas:

- Latitud S $1^{\circ} 10'$ / S $1^{\circ} 0'$
- Longitud: W $77^{\circ} 45'$ / W $77^{\circ} 30'$

Coordenadas planas UTM (aprox):

- Norte: 9870890 / 9889360
- Este: 193920 / 221750

Ilustración 3: Ubicación geográfica de la parroquia de Misahuallí



Fuente: Plan de ordenamiento territorial Misahuallí (PDOT)

5.3. Aspectos biofísicos y climáticos

5.3.1. Aspectos biofísicos

Relieve

La provincia de Napo geológicamente consta las formaciones de Arajuno, Chalcaná, Tena, Napo y Chapiza lo que nos da como resultado que gran parte de la provincia está compuesta por rocas sedimentarias marinas de cretácico Inferior (Walter Sauer 1965)”.

La parroquia de Misahuallí forma parte de las superficies estructurales bajas que poseen sustrato de bancos calcáreos y lunitas. La acción de la erosión diferencial ha dado lugar a la formación de diferentes niveles de superficies estructurales, con colonas homogéneas en su mayoría de cimas redondeadas, vertientes convexas y pendientes que varían entre el 12 y 4%. Con relación a la geomorfología; forma parte de valles fluviales y aluviones, relieve colinar bajo.

Agua

El sistema hidrológico de la parroquia, donde identificamos que es parte de las micro-cuencas de los ríos: Misahuallí, Hollín y Pusuno que desemboca en el río Napo o alimenta la cuenca del río Napo. En la provincia existen un total de 28 fuentes de agua, de los cuales 14 son ríos, 12 riachuelos y 2 vertientes; de estos 21 están contaminados, causados, principalmente por la descarga de aguas servidas o también por distintas actividades del hombre como son la minería artesanal, el uso barbasco y químicos para la pesca. El sistema fluvial entre Misahuallí y Coca, fue un punto estratégicamente económico de la zona hasta 1980; actualmente ha perdido su importancia, pero se mantiene a través del turismo, que es conocido a nivel nacional e internacional, gracias a la presencia de los monos en libertad, boas en cautiverio y manifestaciones culturales.

Recurso suelo y su degradación

La mayor parte de los suelos amazónicos son pobres en nutrientes y tienen bajo potencial de retención, especialmente en lo referente al calcio, potasio y al fósforo. Sin embargo, sobre los suelos pobres crece una tupida vegetación, lo que ha llegado a confundir a muchos, porque se supone “que debajo de un bosque ubérrimo existen suelos fértiles”, sin embargo, la verdad es todo lo contrario.

A diferencia de otras regiones más templadas, los nutrientes no se encuentran en su mayor parte en el suelo sino en el bosque, es decir en la biomasa. Lo que sucede es que el bosque tiene una alta capacidad de reabsorber los nutrientes de la materia orgánica caída y descompuesta, de esta manera controla la pérdida de los nutrientes.

El bajo contenido de nutrientes se debe a dos causas: (i) a las altas temperaturas, precipitaciones, y (ii) a la historia geológica de la región. La intensa meteorización y lavado (lixiviación) a través de millones de años han removido los nutrientes de los minerales que forman los materiales parentales del suelo. La pérdida de los nutrientes por lavado o erosión no puede ser reemplazada por la meteorización del subsuelo, como sucede en las regiones más templadas.

Los suelos amazónicos también tienen una muy baja capacidad de retención de los nutrientes, que se originan de la descomposición de la materia orgánica. Esto se debe, en parte, a la alta concentración de aluminio e hidrogeno, que ocupan los espacios en que los nutrientes deberían ser retenidos. El aluminio comprende un alto porcentaje de los minerales del suelo. El hidrógeno proviene de los ácidos orgánicos formados en la materia orgánica de la capa superior del suelo.

A pesar de la poca capacidad del suelo de retener los nutrientes, la sobrevivencia del bosque no está amenazada, porque las especies de árboles de la Amazonia se han adaptado a suelos altamente meteorizados y lavados. Una de las adaptaciones más importantes es la concentración de raíces en la superficie del suelo, que permite capturar los nutrientes provenientes de la descomposición de la materia orgánica y evitar que se pierdan por lavado, es decir los suelos de la Amazonia.

Recurso flora

En la parroquia se puede encontrar otras especies como:

Cuadro 1. Plantas maderables

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>	BOMBACACEAE
Ceibo	<i>Ceiba trischistandra</i>	BOMBONACEAE
Guarumo	<i>Cecropia sciadophylla-</i>	CECROPIACEAE
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	LAURACEAE
Pambil	<i>Iriarte deltoidea</i>	ARECACEAE

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

Especies arbustivas como:

Cuadro 2. Especies arbustivas

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Costus scaber- Costaceae,	Costaceae,	CYCLANTHUS BIPARTITUS- CICLANTACEAE
Heliconias	Heliconiaceae	ZINGIBERALES

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

Especies medicinales como:

Cuadro 3. Especies medicinales

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Ayahuasca	<i>Uncaria tomentosa</i>	RUBIACEAE
Anguila panga	<i>Anthurium ernestii</i>	ARACEAE
Chugri yuyu	<i>Kalanchoe pinnata</i>	CRASSULACEAE
Papachina	<i>Colocasia esculenta</i>	ARACEAE
Sangre de drago	<i>Euphorbiaceae</i>	CROTON LECHLERI
Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa</i>	RUBIACEAE

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

Entre otras, especies frutales

Cuadro 4. Especies frutales

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Avio	<i>Pouteria caimito</i>	SAPOTACEAE
Caimito	<i>Chrysophyllum cainito</i>	SAPOTACEAE
Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>	GRAMÍNEAS
Guaba	<i>Inga feuilleei</i>	FABACEAE
Guayaba	<i>Psidiumguajaba</i>	MYRTACEAE
Maíz	<i>Zea mays</i>	GRAMINEAS
Mamey colorado	<i>Pouteria sapota</i>	SAPOTACEAE
Papapaya	<i>Carica Papaya</i>	CARICACEAE
Zapote	<i>Casimiroa edulis</i>	RUTÁCEAS

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

Fauna

Especies de fauna local se hallan:

Cuadro 5. Fauna local

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Armadillo	<i>Dasyopus novemcinctus</i>	DASYPODIDAE
Cusumbo	<i>Potos flavus</i>	PROCYONIDAE
Guanta	<i>Agouti paca</i>	AGOUTIDAE
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
Jaguar	<i>Pantera onca</i>	FELIDAE
Mono aullador	<i>Alouatta seniculus</i>	ATELIDAE
Tapir	<i>Tapirus terrestres</i>	TAPIRIDAE
Tigrillo	<i>Leopardos Pardalis</i>	FELIDAE
Venado	<i>Mazama americana</i>	CERVIDAE

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

Entre las aves están:

Cuadro 6. Aves

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Amazona Alinaranja	<i>Amazona amazónica</i>	LOROS
Aguila Pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PANDIONIDAE
Aguila Arpia	<i>Harpia harpyja</i>	ACCIPITRIDA
Cabeciazul	<i>Pionus menstruus</i>	LOROS
Cacique Ecuatoriano	<i>Cacicus sclateri</i>	ICTERIDAE
Carpintero Crestirrojo	<i>Campephilus melanoleucos</i>	PICIDAE
Colibrí Ermitaño Pecchicanelo	<i>Glaucis hirsuta</i>	TROCHILIDAE
Colibrí Ermitaño Piquigrande	<i>Phaethornis malaris</i>	TROCHILIDAE
Chachalaca Jaspeada	<i>Ortalis guttata</i>	CRACIDAE
Chirlecrés	<i>Pionites melanocephala</i>	LOROS
Gallinazo Negro	<i>Coragyps atratus</i>	CATHARTIDAE
Garrapatero	<i>Crotophaga ani</i>	CUCÚLIDOS
Garrapatero Mayor	<i>Crotophaga major</i>	CUCÚLIDOS
Guacamayo Azul y Amarillo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE

Continúa...

...Continuación

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Guacamayo Militar	<i>Ara militaris</i>	LOROS
Guacamayo Ventirrojo	<i>Orthopsittaca manilata</i>	LOROS
Golondrina de Riscos	<i>Petrochelidon pyrrhonota</i>	TURDIDAE
Halcón Caza murciélagos	<i>Falca rufigularis</i>	FALCONIDAE
Jacana Carunculada	<i>Jacana</i>	JACANIDAE
Loro Cachetinaranja	<i>Pionopsitta barrabandi</i>	LOROS
Loro Coroninegro	<i>Loro Coroninegro</i>	LOROS
Mondete	<i>Nothocrax urumutum</i>	CRACIDAE
Mirlo Piconegro	<i>Turdus ignobilis</i>	TURDIDAE
Mirlo Cuelliblanco	<i>Turdus albicollis</i>	TURDIDAE
Oropéndola Dorsirrojo	<i>Psarocolius angustifrons</i>	ICTERIDAE
Paloma Domestica	<i>Columba livia</i>	COLUMBIDAE
Pavón Nocturno	<i>Saturnia pyri</i>	SATURNIIDAE
Tortolita Menuda	<i>Columbina minuta</i>	COLUMBIDAE
Periquito Aliazul	<i>Forpus xanthopterygius</i>	LOROS
Perico Ojiblanco	<i>Aratinga leucophthalmus</i>	LOROS
Periquito Piquioscuro	<i>Forpus sclateri</i>	LOROS
Tucancillo Collaridorado	<i>Selenidera reinwardtii</i>	TROCHILIDAE
Tucán Goliblanco	<i>Ramphastos tucanus</i>	RAMPHASTIDAE
Trepatroncos Golipunteado	<i>Certhiasomus stictolaema</i>	FURNARIIDAE
Trepatroncos Piquirrecto	<i>Xiphorhynchus picus</i>	FURNARIIDAE
Tirano Tropical	<i>Tyrannus melancholicus</i>	TYRANNIDAE
Saltarín Verde	<i>Chloropipo holochroa</i>	PIPRIDAE

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

5.3.2. Aspectos climáticos

Su clima es cálido – húmedo tropical, con precipitación media anual de 3.9 mm, con una temperatura mínima de 18oC y máxima de 34oC con promedio de 25oC2. Los suelos son arcillosos – limosos con grava y arena. El estudio de impacto ambiental de áreas mineras 3, indica que la temperatura media es de 25oC, precipitación de 3000 a 6000msnm, humedad mayor a 0% (tabla 1), velocidad del viento de 8,2 a 10,8 m/s, se observa una nubosidad de 65% del día.

Cuadro 7: Descripción de información climática

INFORMACIÓN CLIMÁTICA	
Variable	Descripción
Precipitación	3.000 a 6.000 mm
Temperatura	18 a 34 °C
Pisos climáticos	Tropical semi-húmedo y húmedo
Humedad	90%

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Misahuallí (PDOT)

Elaborado por: La autora

5.4. Tipo de investigación

El trabajo de investigación se llevó a cabo dentro de los siguientes tipos de investigación:

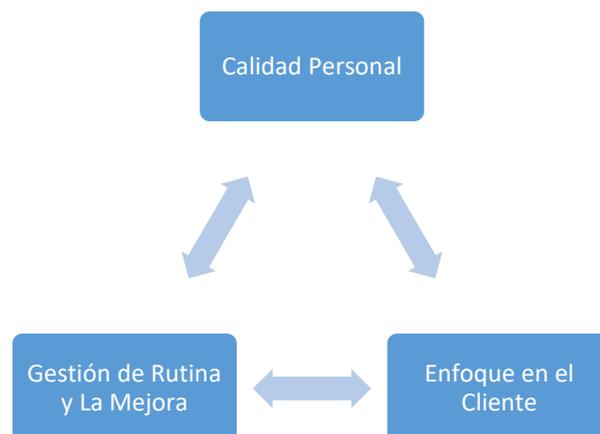
- **Documental.** - Se la realiza a través de la recolección, selección, análisis y presentación de información coherente a partir del uso de documentos, el mismo que dio inicio con el análisis documental facilitado por el ministerio de turismo (MINTUR).
- **Cualitativo.** -Es un método que busca conocer el interior de las personas, sus interacciones, y la cultura de los grupos sociales, a través de un proceso comprensivo, con el mismo se logró un acercamiento con el personal que labora en “RIO NAPO LODGE”, para conocer sus necesidades, falencias en la atención al cliente y cumplir con el objetivo propuesto por el Proyecto SIGO (Sistema inicial de gestión organizacional)

- **Campo.** - El lugar de estudio será el “RIO NAPO LODGE” del señor Andy Tapuy Cesar Samuel, ubicado en la parroquia Misahuallí, Cantón Tena, Provincia Napo en donde se aplicó el programa SIGO (Sistema inicial de gestión organizacional). Mediante este método se logró facilitar el acercamiento y cooperación con la empresa antes mencionada.
- **Observación.** - Con esta técnica se pretende recabar la información necesaria que permita al investigador realizar un diagnóstico de la magnitud de los impactos producidos, lo cual permite analizar de manera directa (vista), la aplicación del programa SIGO (Sistema inicial de gestión organizacional).

5.5. Conocer la Situación Actual del “RIO NAPO LODGE”

5.5.1. Diagnóstico situacional

Utilizando el formulario F-G-01 (Lista de verificación) (ver anexo 1) se busca realizar un diagnóstico real de la empresa, para ello es necesario que el propietario responda diferentes preguntas de los tres módulos, mismos que ayudaran a conocer e identificar las condiciones de la empresa y determinar las acciones a seguir.



- Para obtener el estado situacional del establecimiento se usará la escala aplicable a resultados:

Cuadro 8: Escala aplicable a resultados

Puntos	Escala aplicable a Resultados
0	No lo mide
1	Tendencia negativa
2	Estable
3	Resultados positivos
4	Resultados positivos significativos y cuantificados

Fuente: Sistema Inicial de Gestión Organizacional.

Elaborado por: La autora

5.5.2 Realizar diagnóstico de resultados

Ayudará a evaluar el estado de resultados ya que con esto se podrá conocer un estimado de la situación actual de “RIO NAPO LODGE” sobre elementos potenciales, comerciales, internos y financieros, por medio del formulario F – G – 02: Diagnóstico de Resultados (anexo 2).

5.5.3 Realizar el diagnóstico de la estructura financiera

Se medirán las ventas, utilidades y rentabilidad de “RIO NAPO LODGE” por medio del formulario F – G – 03: Diagnóstico de la Estructura Financiera, expuesto en el anexo (anexo3).

5.6. Aplicar la metodología del Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO) en “Rio Napo Lodge”.

Para cumplir el segundo objetivo específico existen las 9 herramientas de SIGO, con los cuales se trabajará y se seguirá los siguientes procesos.

A continuación, se describe lo qué se realizará con cada módulo.

5.6.1 Proceso de la implementación de SIGO

- Planificación y ejecución de 6 sesiones de capacitación a los propietarios y/o gerentes de las empresas turísticas por parte del ministerio de turismo (MINTUR).
- Visitas de asesorías técnicas por parte de los técnicos del ministerio de turismo (MINTUR) a cada una de las empresas turísticas.
- Cronograma de trabajo – formulario F-H1-01 (anexo 4)

5.6.2 Módulo 1 Calidad Personal

a. Herramienta 1: Cambio y lenguaje propio

- Aquí se requiere la elaboración de un formulario muy sencillo reflejando quién hace cada cosa, cómo y cuándo, utilizando el formulario F – H1 – 03: Sistema QQCC (anexo 6), de el mismo modo se utilizará el formulario F – H1 – 02: Matriz de asignación de responsabilidades (anexo 5) estableciendo así las responsabilidades de todos los involucrados en el proceso.

a. Herramienta 2: Desarrollo humano y liderazgo

- En esta herramienta se pide hacer un diagnóstico de cada colaborador, mismo que nos ayudará para evaluar su área potencial y verificar sus falencias, se utilizará el formulario F-H2-01: Diagnóstico de puesto (anexo 7).
- Se realizará un organigrama estructural, mediante este se hará un ordenamiento, correcto mostrando los cargos de los colaboradores del establecimiento.

b. Herramienta 3: El método de las 5S

- En esta se destaca la conformación del comité de las 5s conformado por el personal del establecimiento con el fin de mejorar los puestos de trabajo sobre el orden y limpieza de los espacios físico, se sacará una foto a un lugar desordenado

de la empresa (del antes), luego eso se ordena y se saca una foto del después, estableciendo así quién va a hacerse cargo luego de que eso se mantenga ordenado.

5.6.3 Módulo 2: Enfoque en el cliente

a. Herramienta 4: Turistas y mercado

- En esta herramienta se tratará sobre los clientes y el desarrollo del producto y/o servicio que el establecimiento ofrece, usando el formulario F – H4 - 01: Ejemplos de segmentación de mercado (anexo 8) se enlistaran los segmentos con sus respectivos nichos por su grado de importancia para reconocer los tipos de clientes que tiene el establecimiento.
- F – H4 - 02: Análisis de necesidades del nicho seleccionado (anexo 9) en ella se define qué cosas son más importantes en ese segmento.
- Se realizará una encuesta de satisfacción usando el formulario F – H4 - 04: Encuesta de satisfacción (anexo11) misma que nos permitirá determinar el grado de satisfacción del cliente, entender sus necesidades para dar así dar una atención de calidad.
- Luego de analizar las necesidades del nicho principal y los resultados de las encuestas realizadas se procederá a usar el formulario F – H4 - 03: Traducción de las necesidades del cliente (anexo 10) ya que con él se deducirá qué hacer para mejorar la necesidad identificada en cada nicho.
- F – H4 - 05: Evaluación competitiva (anexo 12) se medirá el estado del establecimiento con relación a dos negocios que ofrecen servicios similares y están en la misma zona.
- F – H4 - 06: Definición de valor agregado (anexo 13) mediante este formulario se dará realce las mejores cualidades de la hostería.

b. Herramienta 5: Servicio y atención al cliente

Esta herramienta presenta qué características y aptitudes debe tomar el colaborador para el trato con el cliente y cómo tratar la situación de las quejas, siga la información necesaria, pero se tendrá que transmitir esos puntos a los colaboradores del establecimiento usando el formulario F – H5 - 01: Gestión de reclamos y quejas (anexo 14) para dar respuesta a cualquier queja futura.

c. Herramienta 6: Ventas y fidelización.

En esta herramienta aquí SIGO muestra en el gráfico N° 2.6-3 a la Matriz de fidelización de clientes la cual permitirá identificar qué tipo de cliente tiene la microempresa, se identificarán los canales de venta y se buscará identificar el proceso de venta que maneja el establecimiento.

5.6.4 Módulo 3: Gestión de la rutina y la mejora

a. Herramienta 7: Mejora de lo cotidiano

- F - H7 - 01: Análisis de prioridades para la estandarización (anexo 15) este pide procesos o actividades que se deban realizar para el funcionamiento del servicio completo, y cada uno de ellos deben ser calificados por su frecuencia (rara vez=1, ocasionalmente=2 y frecuentemente=3) y el impacto que causan en los resultados (bajo=1, medio=2 y alto=3); la multiplicación de ambos da a conocer a cuál de ellos se les establecerá mayor enfoque.

- F - H7 - 02: Procedimiento Operativo (anexo16)

b. Herramienta 8: Gestión de la información

Parte contable – financiera de la empresa

c. Herramienta 9: Política básica y evaluación de resultados

- Mediante el formulario F - H9 - 01: Política Básica: Misión, Visión y Valores (anexo 17) se establecerá la Misión, Visión y Valores de “RIO NAPO LODGE”.
- F - H9 - 02: Creación de matriz FODA (anexo 18) se mostrará aspectos internos como las fortalezas y las debilidades; y los aspectos externos como las oportunidades y las amenazas del establecimiento.

5.7. Elaborar un plan de acciones correctivas para el “Rio Napo Lodge”

Para el cumplimiento del objetivo 3 se utilizará un formulario F – G – 04: Principales retos y acciones inmediatas de mejora (anexo 19), que nos ayudará a explicar ciertos lineamientos sobre principales problemas, después de los formularios anteriores se podrá deducir los principales conflictos que tiene “Rio Napo Lodge” de manera superficial para luego pensar en qué acciones tomar para mejorarlos priorizándolas.

F. RESULTADOS

6.1. Conocer la situación actual del “RIO NAPO LODGE”

6.1.1. Diagnóstico situacional

Utilizando el formulario F-G-01 (Lista de verificación) (anexo 21) por módulos, cuyos resultados se describen a continuación.

- Los resultados de cada módulo se obtuvo a partir de aplicar la formula siguiente formula: $Calificación\ modulo = \sum escala\ calificaciones \times 0,75$

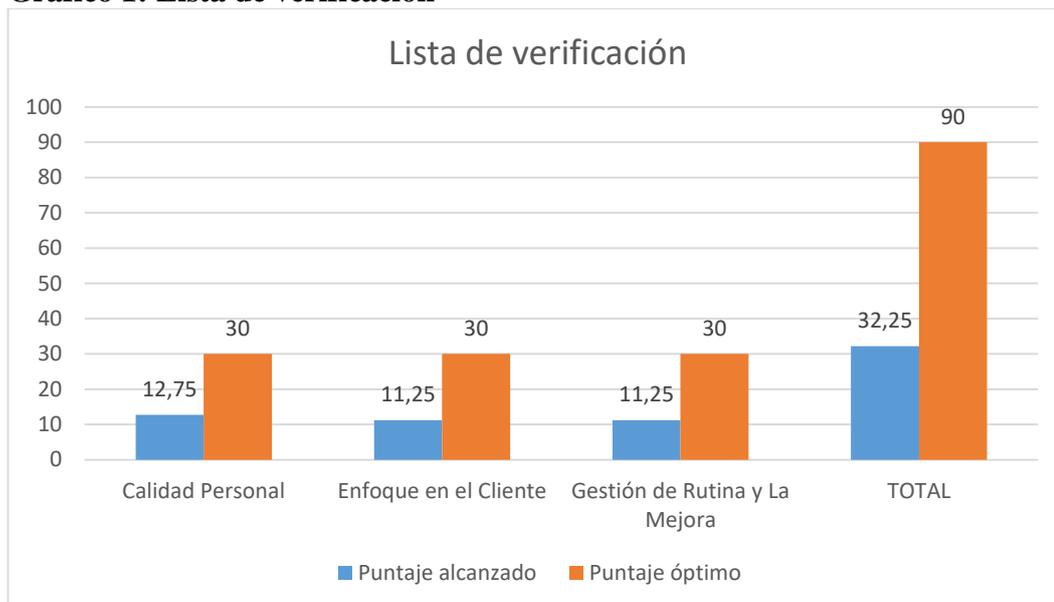
Tabla 1: Resultados obtenidos en el módulo 1 calidad personal - diagnóstico situacional

MÓDULOS	PUNTAJE MÁXIMO POR MODULO	ESCALA CALIFICACIONES	ESCALA DE CALIFICACIONES X 0.75 *	PUNTUACIÓN ALCANZADA	PORCENTAJE
Módulo 1: Calidad Personal	30	17	17 x .0,75	12,75	42,5%
Módulo 2: Enfoque en el Cliente	30	15	15 x .0,75	11,25	37,5%
Modulo3: Gestión de Rutina y La Mejora	30	15	15 x .0,75	11,25	37,5%
Total	90	47	47 x 0,75	35.25	39.16%

Fuente: F-G-01 (Lista de verificación) (anexo 21)

Elaborado por: la autora

Gráfico 1: Lista de verificación



Fuente: F-G-01 (Lista de verificación)

Elaborado por: la autora

Del análisis del gráfico 1 podemos determinar que el establecimiento no cuenta con una estandarización de procesos, sus metas son planeadas de manera empírica sin indicadores de gestión, lo que se refleja en su calificación que es menor al 50 %. La calidad personal obtuvo un 43% debido a que la empresa no realiza una integración del personal para mejorar las condiciones internas

6.1.2. Realizar diagnóstico de resultados

Del formulario F – G – 02: Diagnóstico de resultados (anexo 22) se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 2: Diagnósticos de resultados

ELEMENTO		Semáforo		
		Bueno	Regular	Malo
Potencial	Rotación de personal	X	0	0
	Ausentismo e impuntualidad	X	0	0
	% de ingresos destinados a capacitación del personal	0	X	0
	Número de accidentes laborales de la empresa	X	0	0
SUMA TOTAL		3	1	0
	Participación en el mercado	0	X	0
	Satisfacción de clientes	0	X	0

Continúa...

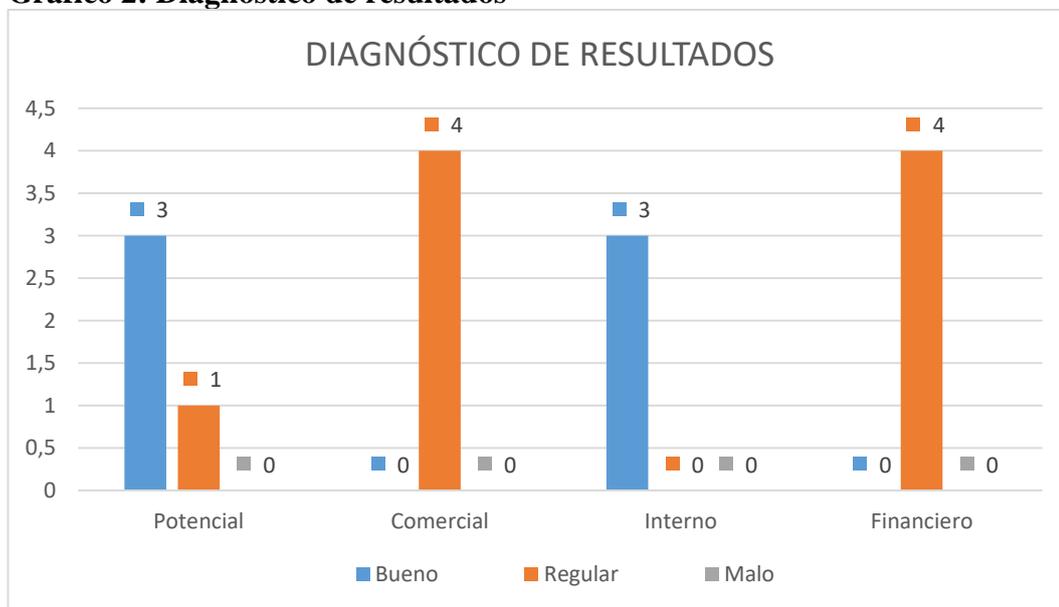
...Continuación

Comercial	Porcentaje de ocupación mensual	0	X	0
	tarifa promedio (alojamiento)consumo promedio por pax (agencias) cubierto promedio (alimentos y bebidas)	0	X	0
SUMA TOTAL		0	4	0
Interno	Productividad, procesos clave	X	0	0
	Desperdicios	X	0	0
	Innovación	X	0	0
SUMA TOTAL		3	0	0
Financiero	Utilidad	0	X	0
	Rentabilidad	0	X	0
	Liquidez	0	X	0
	Margen neto sobre ventas	0	X	0
SUMA TOTAL		0	4	0

Fuente: F – G – 02: Diagnóstico de Resultados (anexo 22)

Elaborado por: la autora

Gráfico 2: Diagnóstico de resultados



Fuente: F – G – 02: Diagnóstico de Resultados (anexo 22)

Elaborado por: la autora

De acuerdo a los resultados de las áreas de oportunidad (Diagnóstico de resultados), se evidencio que existe un manejo empírico de la parte administrativa, además el propietario no mostro interés en invertir en capacitación del personal.

6.1.3. Realizar el diagnóstico de la estructura financiera

Utilizando el formulario F – G – 03 Diagnóstico de la Estructura Financiera, (anexo23). Se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 3: Diagnóstico de estructura financiera

Rentabilidad financiera	A. Diagnóstico de Situación			B. Oportunidad de Mejora		
	Bien	Medio	Mal	Nula	Baja	Alta
Precio		X				X
Volumen		X				X
Costos variables		X				X
Costos fijos		X				X
Gastos financieros		X				X
Efectivo y bancos		X				X
Cuentas por cobrar		X				X
Inventarios		X				X
Activo fijo		X				X
Pasivo a corto plazo		X				X
Pasivo a largo plazo		X				X
Total		11				11

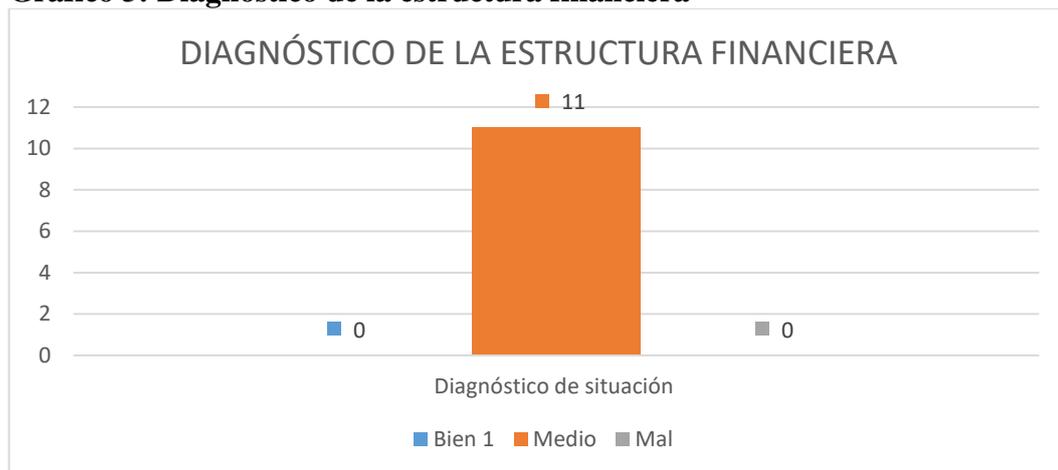
Tabla 4: Diagnóstico de la estructura financiera

RENTABILIDAD FINANCIERA	Diagnóstico de la Estructura Financiera	Diagnóstico de situación			Oportunidad de mejora		
		Bien	Medio	Mal	Nula	Baja	Alta
	Resultado	0	11	0	0	0	11

Fuente: formulario F – G – 03

Elaborado por: la autora

Gráfico 3: Diagnóstico de la estructura financiera

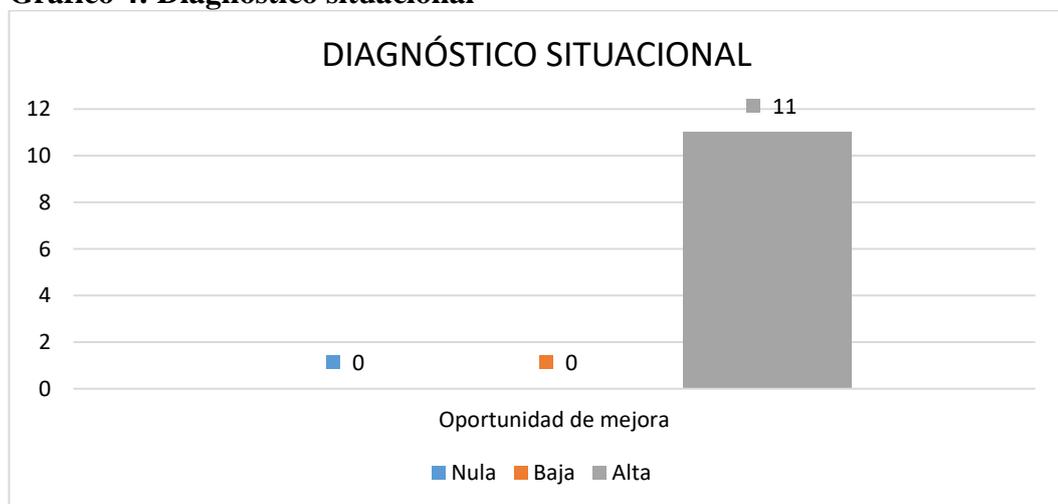


Fuente: formulario F – G – 03

Elaborado por: la autora

De los resultados obtenidos del diagnóstico de situación (Diagnostico de estructura financiera) se puede interpretar que, la empresa cuenta con un nivel medio en su rentabilidad financiera debido al mal manejo de la administración anterior.

Gráfico 4: Diagnóstico situacional



Fuente: formulario F – G – 03

Elaborado por: la autora

El gráfico 4 expresa que la empresa cuenta con una proyección positiva en el ámbito financiero, por diferentes factores como la potencialización de los servicios existentes.

6.2. Aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en “Rio Napo Lodge”.

Para cumplir el segundo objetivo específico se hizo uso de las 9 herramientas de SIGO, con los cuales se trabajó y se siguió los siguientes procesos

A continuación, se describe lo que se realizó con cada módulo.

6.2.1. Proceso de la implementación de SIGO

En este apartado se exponen el proceso que se siguió para la implementación de SIGO, los mismos que se describen a continuación.

Tabla 5: Sesiones de capacitación

6 sesiones de capacitación a los propietarios y/o gerentes de las empresas turísticas			
Sesión	Fecha	Lugar	Actividad
Sesión 1	8/4/2019	AUDITORIO BIO PARQUE LA ISLA	Capacitación del módulo 1 del programa SIGO
Sesión 2	9/4/2019	AUDITORIO BIO PARQUE LA ISLA	Capacitación del módulo 1 del programa SIGO
Sesión 3	14/5/2019	AUDITORIO BIO PARQUE LA ISLA	Capacitación del módulo 2 del programa SIGO
Sesión 4	15/5/2019	AUDITORIO BIO PARQUE LA ISLA	Capacitación del módulo 2 del programa SIGO
Sesión 5	17/6/2019	AUDITORIO BIO PARQUE LA ISLA	Capacitación del módulo 3 del programa SIGO
Sesión 6	18/6/2019	AUDITORIO BIO PARQUE LA ISLA	Capacitación del módulo 3 del programa SIGO

Elaborado por: La autora

- Se realizó visitas de asesorías al establecimiento, detallado continuación.

Tabla 6: Visitas de asesorías técnicas

VISITAS DE ASESORÍAS TÉCNICAS	
5/06/2019	-Acercamiento. -Revisión y planificación de actividades. Retroalimentación del módulo 1 Impresiones de las herramientas
10/06/2019	Llenado de formularios SIGO
11/06/2019	Retroalimentación del módulo 1 Recuperación de Gmail
12/06/2019	Retroalimentación del módulo 2
13/06/2019	Retroalimentación del módulo 2, limpieza general

Continúa...

...Continuación

26/06/2019	Lacado de piedras, cambio y colocación de señalética Inscripción a un curso online
08/07/2019	Pintado de puertas principales, llenado de formularios
05/08/2019	Entrega de folleto SIGO de la empresa
03/09/2019	Verificación de estampado del logo en toallas

Elaborado por: La autora

- Se hizo uso del formulario F-H1-01 Cronograma de trabajo, (anexo 24), mismo que se ejecutó satisfactoriamente.

Cuadro 9: Cronograma de trabajo

N°	Descripción de actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				
		abril				mayo				Junio				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
MODULO 1: CALIDAD PERSONAL														
HERRAMIENTA 1: CAMBIO Y LENGUAJE PROPIO														
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 1 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).		X											
2	Dar a conocer a los colaboradores el cronograma de implementación de las 9 Herramientas.			X										
3	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 1.		X											
4	Establecer una Matriz de Asignación de Responsabilidades para implementar el cambio en la empresa turística.			X										
5	Destinar una carpeta con diferentes separadores para que se coloque toda la documentación generada en cada una de las Herramientas del SIGO.			X										
HERRAMIENTA 2: DESARROLLO HUMANO Y LIDERAZGO														
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 2 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).				X									
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 2.		X											
3	Elaborar un organigrama de la empresa turística, definir las metas para cada área y darlo a conocer.				X									
4	Identificar las necesidades de capacitación de la empresa turística.				X									
5	Elaborar el plan de capacitación de la empresa turística.			X										

Continúa...

...Continuación

HERRAMIENTA 3: EL MÉTODO DE LAS 5S													
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 3 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).				X								
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 3.	X											
3	Conformar un Comité de las 5S.				X								
4	Elaborar lineamientos a seguir de orden y limpieza de los sectores donde se trabaje con las 5S.				X								
5	Establecer el Día del Descarte y tomar fotografías antes de ese día				X								
6	Preparar e implementar el Día del Descarte y tomar fotografías nuevamente una vez implementadas las 5S.				X								
MODULO 2: ENFOQUE EN EL CLIENTE													
N°	Descripción de actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
		abril				mayo				Junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
HERRAMIENTA 4: TURISTAS Y MERCADO													
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 4 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).									x			
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 4.							X					
3	Definir los segmentos y nichos de mercados meta.				X								
4	Seleccionar y analizar los mercados meta y definir las necesidades de los clientes.				X								
5	Elaborar, aplicar y procesar la Encuesta de Satisfacción (mínimo 25 encuestas).								X				
6	Proponer e implementar acciones acordes al resultado de las Encuestas de Satisfacción.				X								
7	Definir la situación de la empresa respecto de la competencia						X						
8	Rediseñar el producto ampliado considerando las necesidades de los clientes.							X					
HERRAMIENTA 5: SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE													
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 5 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).									X			
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 5.				X								

Continúa...

...Continuación

3	Definir, documentar y dar a conocer la postura de atención deseada									X									
4	Elaborar el Formulario de Gestión Reclamos y Quejas									X									
5	Establecer el procedimiento de reclamos y sugerencias para aprovechar los comentarios de los clientes y realizar su seguimiento.									X									
HERRAMIENTA 6: VENTAS Y FIDELIZACIÓN.																			
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 6 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																		X
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 6.									X									
3	Definir el mensaje que permite transmitir los beneficios que la empresa ofrece a los clientes y seleccionar el canal de venta apropiado para transmitirlo										X								
4	Diseñar e implementar una estrategia de ventas adecuada para la empresa.										X								
5	Indicar acciones para fidelizar al cliente										X								
MODULO 3. GESTIÓN DE RUTINA Y LA MEJORA																			
N°	Descripción de actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3									
		abril				mayo				Junio									
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
HERRAMIENTA 7: MEJORA DE LO COTIDIANO																			
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 7 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																		X
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 7.																		X
3	Analizar las prioridades para la estandarización.																		X
4	Elaborar y Documentar los principales procesos y sus correspondientes procedimientos operativos. Darlos a conocer a los colaboradores del sector correspondiente.																		X
5	Documentar por colaborador y/o por sector quienes son sus clientes internos y externos y las necesidades (requisitos) que deben satisfacer.																		X
HERRAMIENTA 8: GESTIÓN DE LA INFORMACION																			

Continúa...

Cuadro 10: Sistema QQCC

SISTEMA QQCC		
ACCIÓN	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
Limpieza general	Diana Andy y colaboradores	La limpieza general se realizará con la ayuda de todos los trabajadores y con la colaboración de la estudiante del I.S.T. T
Cambio de techo	Diana Andy y socios	Para el cambio de techo se realizó la siembra de las hojas de paja toquilla y conjuntamente con los socios se realizará el cambio de techo en una minga general.
Remodelación de 2 habitaciones	Diana Andy y socios	Se realizará el cambio de techo de paja toquilla a dura techo, en una minga con los socios.
Capacitación de ingles	Diana Andy	Se creó una página de voluntarios, para que convivan y aprender inglés durante uno a dos meses.
Capacitación de meseros y bartender.	Diana Andy y colaboradores	Mediante la utilización del Internet, se buscará capacitaciones online.
Capacitación de atención al cliente	Diana Andy y colaboradores	Mediante la utilización del Internet, se buscará capacitaciones online.

Fuente: F-H1-03 Sistema QQCC

Elaborado por: la autora

- Mediante el uso del formulario F – H1 – 02: Matriz de asignación de responsabilidades (anexo25) se obtuvo la siguiente información.

Tabla 7: Matriz de asignación de responsabilidades

Herramientas		Diana Andy	Lidia Licuy	Susana Yáñez	FECHA		
					13-06-2019	26-06-2019	08-07-2019
H1	H1-Cambio y Lenguaje Propio	X					
H2	Desarrollo Humano y Liderazgo	X					
H3	El Método de las 5S	X	X	X	X	X	X
H4	Turistas y Mercado	X					
H5	Servicio y Atención al Cliente	X					
H6	Ventas y Fidelización.	X					
H7	Mejora de lo Cotidiano	X					
H8	Gestión de la Información	X					
H9	Política Básica y Evaluación de Resultados	X					

Fuente: F – H1 – 02: Matriz de Asignación de Responsabilidades

Elaborado por: la autora

- c. Herramienta 2: Desarrollo humano y liderazgo

- Se utilizó el formulario F-H2-01: Diagnóstico de puesto (anexo 7) se realizó un diagnóstico de cada colaborador.

Cuadro 11: Diagnóstico del puesto

DIAGNÓSTICO DEL PUESTO “RIO NAPO LODGE”					
Colaborador	Antigüedad en el puesto	Actividad de mayor dificultad	Actividad de mayor facilidad	Desarrollo personal	Área a fortalecer
Diana Andy – gerente / administradora	1 año	Inglés	Atención al cliente	Excelente	Contabilidad
Oswaldo Vinueza – operaciones / publicidad y ventas	1 año y medio	Inglés	Promoción	Excelente	Inglés y tele mercadeo
Lidia Licuy – ama de llaves	3 meses	Inglés	Mesera	Muy buena	Camarera – ingles

Fuente: formulario F-H2-01: Diagnóstico de Puesto

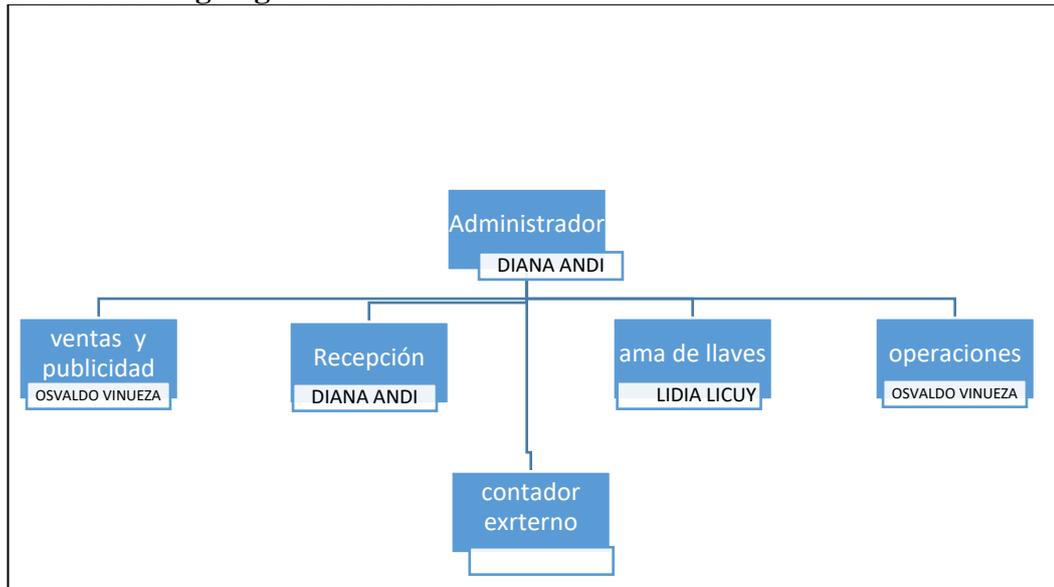
Elaborado por: la autora

El personal que laboran en “Rio Napo Lodge” son tres quienes se desempeñan en diferentes áreas, pero todos los colaboradores concuerdan que desearían aprender el idioma ingles siendo indispensable, puesto que el establecimiento recibe turistas extranjeros dificultando así su atención integral ya que siempre están en contacto con ellos.

Al ver esta necesidad se optó por dar acogimiento a un voluntario por tres meses para mediante la convivencia y clases diarias se logre aprender el idioma inglés, empezando desde el mes de julio hasta septiembre.

- Se realizó un organigrama estructural, mediante este se hizo un ordenamiento, correcto mostrando los cargos de los colaboradores del establecimiento.

Gráfico 5: Organigrama estructural



Elaborado por: la autora

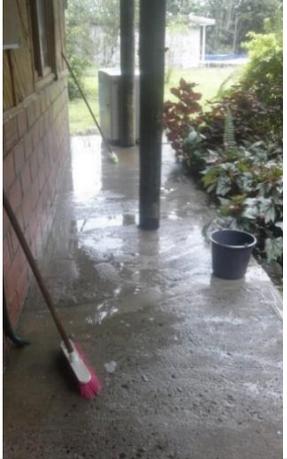
d. Herramienta 3: El método de las 5s

- Continuación se muestra el desarrollo de las 5s.

Método de las 5s		
SEISO: limpiar	Limpiar completamente el propio lugar de trabajo de modo que no haya suciedad en los pisos, ambiente y elementos de trabajo.	Se realizó una limpieza general de todo el establecimiento interno y externo, con la colaboración de los trabajadores y personal externo.
ANTES		DESPUÉS
		 <p>Se realizó la limpieza en su totalidad del portón principal, antes de pintarlo</p>

Continúa...

...continuación

		Se realizo la limpieza completa del totem de la canoa, antes de pintarlo.
		Se realizo la limpieza interna y externa de la recepcion.
		Se realizo la limpieza de base de la señaletica antes de pintarlo y reincorporar la señaletica.
		Se realizo la limpieza del de las areas verdes internas y externas del establecimiento.

Continúa...

...Continuación



Elaborado por: la autora

MÉTODO 5S

SEITO: ordenar	Ubicar y ordenar los elementos necesarios, eligiendo el mejor lugar para cada cosa, de manera que puedan ser tomados fácilmente para su uso.	Con la ayuda de los colaboradores se ubicó y orden los elementos necesarios, dando un lugar específico a cada cosa u objeto de: Lavandería Recepción Cocina Cabañas
ANTES	DESPUÉS	Descripción
		Con la ayuda de los colaboradores se ubicó y orden los elementos necesarios, dando un lugar específico a cada cosa u objeto de la lavandería
		Con la ayuda de los colaboradores se ubicó y orden los elementos necesarios, dando un lugar específico a cada cosa u objeto de la: Recepción
		Con la ayuda de los colaboradores se ubicó y orden los elementos necesarios, dando un lugar específico a cada cosa u objeto de la: Cocina
		Con la ayuda de los colaboradores se ubicó y orden los elementos necesarios, dando un lugar específico a cada cosa u objeto de las: Cabañas

Continúa...

...Continuación



Elaborado por: la autora

SEIKETSU: estandarizar.	Hacer del “estado de limpieza” un hábito y que el entorno se vea bien.	Se dejó establecido las áreas de limpieza diarias.
Limpieza diaria de habitaciones, baños.	 <p style="text-align: center;">Fuente: Ing. Renato Merchán</p>	
Limpieza diaria de sala de descanso de cabañas y el exterior de las cabañas.	 <p style="text-align: center;">Fuente: Ing. Renato Merchán</p>	
Limpieza diaria de recepción.		
Limpieza diaria de cocina.		
Limpieza diaria comedor.		

Elaborado por: la autora

<p>SHITSUKE: disciplina</p>	<p>Enseñar a los colaboradores a seguir la disciplina del buen orden en forma autónoma.</p>	<p>Se planteó un compromiso con la mejora continua, donde todos los colaboradores y socios deben asumirlo, ya que el beneficio será para todos.</p>
<p>Atención personalizada a los clientes. (capacitación interna)</p>	 <p>Fuente: Diana Andy – Administradora “Rio Napo Lodge”</p>	
<p>Brindando atención de calidad. (poniendo en práctica la capacitación recibida)</p>	 <p>Fuente: Diana Andy – Administradora “Rio Napo Lodge”</p>	
<p>Brindando, limpieza, confort y personalización al gusto del cliente. (Dando un plus a las habitaciones de acuerdo a las sugerencias recibidas por parte de los turistas)</p>	 <p>Fuente: Diana Andy – Administradora “Rio Napo Lodge”</p>	
<p>Mostrando empatía, amabilidad, alegría y entusiasmo con nuestros clientes.</p>	 <p>Fuente: Diana Andy – Administradora “Rio Napo Lodge”</p>	

Elaborado por: la autora

6.2.4 Módulo 2: Enfoque en el cliente

a. Herramienta 4: Turistas y mercado

- Mediante el uso del formulario F – H4 - 01: Ejemplos de segmentación de mercado (anexo 28) se obtuvo la información expuesta a continuación.

Cuadro 12: Segmentación de mercado

SEGMENTOS	NICHOS
Extranjeros	Familias
	Parejas
	adultos
Nacionales	Familias
	Parejas
	Adultos
Zona	Familias
	Parejas
	Adultos

Fuente: Sistema SIGO

Elaborado por: la autora

- Mediante el uso del formulario F – H4 - 02: Análisis de necesidades del nicho seleccionado (anexo 29) se reflejó la siguiente información.

Cuadro 13: Necesidades del Nicho

NICHO	Necesidades del Nicho			
familias	Atención personalizada	Amabilidad en el servicio	Calidad en el servicio	Mejorar la calidad de los servicios
parejas	Comodidad en las habitaciones	Tener una buena ubicación	Buen precio	Ambiente tranquilo y familiar
Adultos	Rapidez en el servicio	Calidad en las instalaciones	Buenos servicios y ecológico	Pago en efectivo

Fuente: Sistema SIGO

Elaborado por: la autora

- Del formulario F – H4 - 04: Encuesta de Satisfacción (anexo 31) se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico 6: Cómo fue el trato que le proporcionó el personal



Fuente: formulario F – H4 - 04

Elaborado por: la autora

Del análisis del gráfico 6 se determinó que el trato del personal fue excelente, debido a la implementación de SIGO.

Gráfico 7: Cómo califica nuestras instalaciones



Fuente: formulario F – H4 - 04

Elaborado por: la autora

Del análisis del gráfico 7 se determinó que las instalaciones prestan un servicio excelente con un porcentaje de 69%, por la excelente infraestructura del establecimiento.

Gráfico 8: Los precios están acordes con los servicios



Fuente: formulario F – H4 - 04

Elaborado por: la autora

Haciendo referencia al gráfico 8 se verificó que los servicios están acorde al precio, se pudo evidenciar que hay una edad predominante entre 40 a 60 años lo que corresponde a un segmento de población adulta.

Gráfico 9: Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios



Fuente: formulario F – H4 - 04

Elaborado por: la autora

Del análisis del gráfico 9 se determinó que los servicios brindados son excelentes, por la atención personalizada que se brinda a los usuarios, mostrando un 88% en las encuestas realizadas.

Gráfico 10: Volvería a elegirnos



Fuente: formulario F – H4 - 04

Elaborado por: la autora

Dentro del gráfico 10 permitió interpretar que el 100% de los encuestados afirman que volverían al establecimiento, por la atención personalizada y adecuadas instalaciones.

- En la última pregunta se pide sugerencias para mejorar el establecimiento, de las 17 encuestas en cuatro nos mencionaron sugerencias las cuales se menciona continuación.

Cuadro 14: Sugerencias

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?
Una habitación para personas con discapacidad.
Habitaciones más cómodas para las personas de la tercera edad.
Dar mantenimiento calefón
Mas cabañas

Fuente: formulario F – H4 - 04

Elaborado por: la autora

- Mediante el uso del formulario F – H4 - 03: Traducción de las necesidades del cliente (anexo 30) se concluyó en los siguientes datos.

Cuadro 15. Traducción de las necesidades del cliente

Necesidades del Cliente	Traducción de necesidades		
Atención personalizada	Atención con personal especializado	Ambiente agradable limpieza, orden en todos los puntos de contacto con el cliente	Mejorar la imagen personal de los colaboradores (uniforme, distintivo con nombre de la persona

Continúa...

...Continuación

Habitaciones confortables	Calidad en todos nuestros productos ofertados	Área de estacionamiento y balcones, aire acondicionado	Capacitación continua
Calidad en el servicio	Rapidez en el servicio	Servicios tecnológicos para los huéspedes	Gastronomía mejorar o variar ofertas
Mejorar la calidad en la recepción del alojamiento	Calidad en los artículos en los amenites	Aire acondicionado, baños modernos,	Brindar información de los principales atractivos turísticos del destino

Fuente: formulario F – H4 - 03

Elaborado por: la autora

- Se hizo uso del formulario F – H4 - 05: Evaluación Competitiva (anexo 32) dándonos como respuesta los siguientes resultados.

–“Restaurante el Jardín”:

Ofrecen una extensa carta con gastronomía nacional, internacional y local, que la puedes deleitar en ambientes cerrados o al aire libre y en compañía de personas especiales.

Establecimiento amplio, cuenta con parqueadero privado, senderos alrededor del restaurante donde podrás conocer un poco de la flora de Misahualli y admirar la variedad de peces habitan en el restaurante.

Realiza todo tipo de eventos y lo cubrimos al 100%.

–“Sinchi Warmi”:

Servicios: Realizar recorridos para observar la elaboración de artesanías, admirar de danzas ancestrales, conocer el museo del lugar, disfrutar de la vista esplendida que ofrece su mirador o recorrer por un sendero que conserva la extraordinaria flora y fauna de esta región amazónica.

Comida tradicional kichwa como: el maito de pollo y de pescado, exquisitas ensaladas, deliciosos dulces y la refrescante wuayusa.

Entre sus atractivos naturales están dos piscinas naturales, en donde el visitante puede practicar pesca artesanal y refrescarse con un buen chapuzón.

- En la tabla 8 se establece una evaluación:

Tabla 8: Evaluación competitiva

Aspectos valorados por el cliente.	Importancia relativa para el cliente					Rio Napo Lodge					Restaurante el Jardín					Sinchi Warmi				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Servicio					X				x					x					x	
Rapidez				X					x					x					x	
Ubicación					X					x			x						X	
Accesibilidad					X					x			x						X	
Resolución de quejas.				X						x				x						x

Fuente: formulario F – H4 - 03

Elaborado por: la autora

Tabla 9: Resultados de la evaluación competitiva

Aspectos valorados por el cliente.	Rio Napo Lodge	Restaurante el Jardín	Sinchi Warmi
Servicio	20	20	20
Rapidez	16	16	16
Ubicación	25	15	15
Accesibilidad	25	25	25
Resolución de quejas.	20	16	16
Total	106	92	92

Fuente: formulario F – H4 - 03

Elaborado por: la autora

Después del análisis comparativo nos dio como resultado que se debe mejorar la rapidez en el servicio, para que exista una diferencia con la competencia.

- Mediante el uso del formulario F – H4 - 06: Definición de valor agregado (anexo 33) se obtuvo los siguientes resultados expuestos a continuación.

Cuadro 16. Definición de valor agregado

CONSIDERAR	ASPECTOS DIFERENCIALES DEL SERVICIO OFRECIDO
Calidad	Implementación del SIGO como política de la empresa
Atención	Atendido por sus propios dueños y personal altamente calificado
Ubicación	Ubicado en puerto Misahuallí, cruzando el puente del Rio Napo a 50 metros
Accesibilidad	Cuenta con una carretera amplia y señalización claramente visible
Precio	Son precios accesibles
Resolución de Quejas	Tomamos las quejas como una oportunidad de mejorar, ofrecemos varias posibilidades de solución, esto permite que el cliente pueda optar por la que considere más conveniente, siendo realistas y honestos.
Otros	Servicios que ofrece nuestro establecimiento: Hospedaje Alimentación Piscina Parqueadero WIFI Sala de eventos

Fuente: formulario F – H4 - 06

Elaborado por: la autora

b. Herramienta 5: Servicio y atención al cliente

- F – H5 - 01: Gestión de reclamos y quejas (anexo 34)

En el siguiente formulario de gestión de reclamos y quejas no se exhibirá resultados, porque no hubo la predisposición por parte de los propietarios para entregar el formulario a los usuarios, para ser llenados.

c. Herramienta 6: Ventas y fidelización.

En “Rio Napo Lodge” se obtuvo información acerca de los canales de ventas y acciones de fidelización, expuestas a continuación.

Cuadro 17. Canales de venta y fidelización

CANALES DE VENTA Y ACCIONES DE FIDELIZACIÓN	
Canales de venta	Facebook Instagram Booking Página web
Acciones de fidelización	Promoción a través de videos Promoción de paquetes

Elaborado por: la autora

6.2.5 Módulo 3: Gestión de la rutina y la mejora

a. Herramienta 7: Mejora de lo cotidiano

Mediante el uso de la herramienta F - H7 - 01: Análisis de prioridades para la estandarización (anexo 35) se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 10: Análisis de prioridades para la estandarización

ELEMENTOS ANALIZADOS	FRECUENCIA	IMPACTO EN RESULTADOS	CALIFICACIÓN
Administrativo	3	3	9
Ventas	2	2	4
Marketing	2	2	4
Equipo de oficina	2	2	4
Conocimiento del personal y limpieza	2	2	4
Reglamento interno	2	2	4

Fuente: herramienta F - H7 - 01

Elaborado por: la autora

Después de analizar los resultados se concluyó que el mayor enfoque se dará al; conocimiento del personal y limpieza, y reglamento interno, debido a que esas dos áreas tienen la mayor falencia.

- Mediante el uso de la ficha F - H7 - 02: Procedimiento operativo (anexo 36) se realizó la estandarización de dos áreas esenciales en la empresa.

Cuadro 18: Procedimiento operativo

PROCEDIMIENTO OPERATIVO			
ÁREA DE ESTANDARIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO	REGISTRO DE REVISIONES
Limpieza de la oficina, habitaciones, área.	<ul style="list-style-type: none"> - Barrer pisos - Trapear los pisos - Vaciar y limpiar los botes de basura. - Limpiar: lavabos, inodoros, pisos, paredes, espejos, ventanas 	Garantizar la higiene de la instalación de la empresa	A diario de lunes a viernes, incluido los feriados, a través de una bitácora diaria.
Reglamentó interno	Normativa, reglamentación interna de la empresa	Reglamento interno, mejorar la calidad, la eficiencia la eficacia de la empresa	Revisión general cada 15 días. Indicaciones generales, casos,

			sucesos, procesos de mejoramiento, indicaciones de mejora de punto de vista en la empresa.
--	--	--	--

Fuente: herramienta F - H7 – 01

Elaborado por: la autora

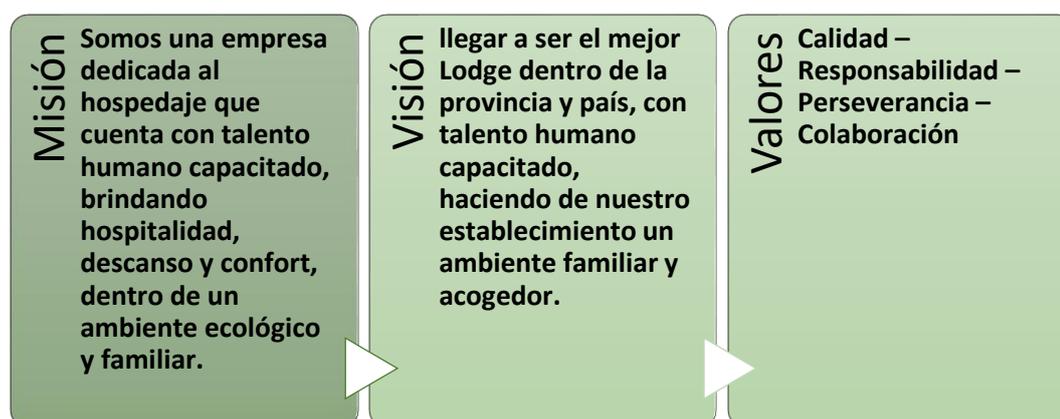
d. Herramienta 8: Gestión de la información

Debido al hermetismo existente por parte de los propietarios de Rio Napo Lodge no se realizó la herramienta 8, referida a la parte contable.

e. Herramienta 9: Política básica y evaluación de resultados

- Mediante el uso del formulario F - H9 - 01: Política Básica: Misión, Visión y Valores (anexo 37).

Cuadro 19: Política básica y evaluación de resultados



- Mediante el uso del formulario F - H9 - 02: Creación de Matriz FODA (anexo 38) se obtuvo la siguiente información.

Cuadro 20. Matriz FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
a. Calidez	a. Sitio único, estratégico
b. Vía en buen estado	b. Apoyo del gobierno en la región amazónica
c. Lugares turísticos cerca	c. Visita de extranjeros al país
d. Aporte y apoyo de accionistas	d. Proyectos turísticos
e. Prestigio y experiencia en el servicio	e. Mejora de viabilidad
DEBILIDADES	AMENAZAS
a. Carencia de personal técnico especializado en inglés.	a. Rio (desastres naturales)
b. Falta de personal técnico especializado en atención al cliente	b. Clima (cálido húmedo)
c. Incremento de competencia	c. Deficiente información turística
d. Saturación del servicio a nivel local	d. Dependencia de combustible
e. Falta de mantenimiento planificado y continuo	e. Políticas ambientales y de patentes (MAE, BOMBEROS, GAD)

Fuente: formulario F - H9 – 02

Elaborado por: la autora

6.3. Elaborar plan de acciones correctivas para “RIO NAPO LODGE”

- Mediante el uso del formulario F – G – 04: Principales retos y acciones inmediatas de mejora anexo (anexo 39).

Cuadro 21: Principales retos y acciones inmediatas de mejora

PRINCIPALES RETOS Y ACCIONES INMEDIATAS DE MEJORA					
PRINCIPALES PROBLEMAS	POSIBLES ACCIONES CORRECTIVAS	OBSERVACIONES	Nivel de Cumplimiento		
			Alto	Medio	Bajo
Techo de paja deteriorado toquilla	Cambio de techo de paja toquilla	Siembra de paja toquilla para realizar el cambio y reducir costos se realizará en una minga con los socios.		X	
Habitaciones en deterioro	Remodelación de las habitaciones y cambio de techo de paja toquilla a dura techo.	Remodelación de las habitaciones y cambio de techo de paja toquilla a dura techo.		X	

Continúa...

...Continuación

Falencia en el idioma inglés.	Aprender el idioma	Recibir voluntarios para que convivan durante 3 meses, mediante la convivencia y clases aprender el idioma.	X		Falencia en el idioma inglés.
Falencia en el conocimiento de meseros y bartender	Capacitación de meseros y bartender.	Mediante la utilización del Internet, se buscará capacitaciones online.		X	
Falta de conocimiento en Atención al cliente	Capacitación de atención al cliente	Mediante la utilización del Internet, se buscará capacitaciones online.	X		
Puerta principal en deterioro.	Limpieza y pintura	Mediante una minga realizar la limpieza y pintado.	X		
Fachada en deterioro	Limpieza de la fachada	Comprar pintura, tiñer, brochas, lijas, escoba, para realizar la limpieza y el peinado	X		
Maleza en las áreas verdes del establecimiento	Limpieza de la maleza	Mediante una minga se realizará la limpieza de la maleza.	X		
Botes de basura sin rotulo	Ubicación de rótulos en los botes de basura	Mediante una minga se realizará la limpieza de la maleza.	X		
Señalética deteriorada	Cambio de señalética	Mediante una minga se realizará el cambio de señalética.	X		
Falta de señalética	Ubicación de señalética en puntos estratégicos.	Mediante una minga se realizará la ubicación de señalética en puntos estratégicos.	X		
Toallas sin estampado del establecimiento	Estampado del logo del establecimiento en las toallas	Se enviará a estampar a una sastrería.	X		

Fuente: formulario F – G – 04

Elaborado por: la autora

G. CONCLUSIONES

- Para implementar el programa SIGO (Sistema inicial de gestión organizacional) en “RIO NAPO LODGE” se realizó un diagnóstico situacional, esto permitió determinar que el establecimiento se encuentra en un estado de tendencia negativa, con una ponderación de 35,25 sobre 90, demostrando que la empresa tiene una falencia consistente en enfoque al cliente, gestión de la ruina y mejora continua, afianzando la necesidad de implementar
- Durante el proceso en “Rio Napo Lodge” se aplicó la metodología del Sistema inicial de Gestión Organizacional (SIGO) esta se realizó a través de las nueve herramientas, dando como resultado total 93.33 de 120 puntos, haciéndose acreedora del distintivo SIGO, no se hizo uso herramienta 5: servicio y atención al cliente - formulario de Gestión de Reclamos, porque no hubo la predisposición por parte de los propietarios para entregar el formulario a los usuarios, para ser llenados y de la herramienta 8 debido al hermetismo respecto a la parte contable.
- Con base a los resultados obtenidos de la aplicación de las nueve herramientas se elaboró un plan de 12 acciones correctivas de las cuales se ejecutaron 9, determinando que si existe una predisposición para los cambios propuestos, las 3 acciones restantes requieren de inversión y son a largo plazo.

H. RECOMENDACIONES

- Que el programa Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO) se convierta en una marca de calidad registrada a nivel nacional, y no solo sea un distintivo para las entidades turísticas.
- Que exista seguimiento continuo del proyecto, se recomienda al Ministerio de Turismo verificar el cumplimiento de las acciones correctivas.
- Que el Ministerio de Turismo y otras instituciones públicas sigan abriendo sus puertas a más estudiantes, para mejorar la inclusión.

I. BIBLIOGRAFÍA

- Chekin. (15 de 07 de 2018). *chekin.io*. Obtenido de <https://chekin.io/blog/el-proceso-de-check-in-y-check-out-en-hoteles/>
- Concepto.de*. (14 de 03 de 2019). Obtenido de <https://concepto.de/lider/>
- Garcia, I. (15 de 05 de 2018). *Economía simple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/ratios-financieros>
- Grapsas, T. (20 de 08 de 2019). *Marketing de Contenidos y Rock Content*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>
- Hernandez, F. J. (01 de 11 de 2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. Obtenido de MOMO MARRENO: <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- Jose Miguel Rodriguez Anton, M. d. (2009). *estudio de las politicas de calidad aplicadas al sector turisico*. MADRID: vision libros.
- Ley Orgánica de Salud, R. o. (2006). Ley Orgánica de Salud, Registro oficial .
- Meiriño, R. C., Brea, J. A., Vila, N. A., & Lopez., E. R. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio*, 369-383.
- Ministerio de Turismo. (18 de 02 de 2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec>
- Ministerio de Turismo. (22 de 04 de 2019). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de servicios.turismo.gob.ec
- Navarro, J. (08 de 2015). *Definicion ABC*. Obtenido de www.definicionabc.com
- OMT. (2009). *Panorama de turismo internacional 2009*. madrid.
- Patuzzo, G. V. (05 de 05 de 2019). *eumed.net. enciclopedia virtual* . Obtenido de <http://www.eumed.net>
- Pérez Utrera , R. (2014). *Diseños de productos y servicios turísticos locales*. Madrid: Editorial Elearning S.L.
- Peris, A. B. (30 de 04 de 2019). *UOC (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA)*. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu>
- santos, E. d. (23 de 06 de 2018). *PARQUES ALEGRES*. Obtenido de <https://parquesalegres.org/biblioteca/blog/definicion-de-plaza-plazuela>
- servicio de acreditacion ecuatoriano . (04 de 05 de 2018). *servicio de acreditacion ecuatoriano* . Obtenido de <http://www.acreditacion.gob.ec>

Silvia, N. A. (01 de 03 de 2017). *ResearchGate*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>

Solano, Y. R., & Ramirez, K. F. (01 de 06 de 2018). *UNIVERSIDAD RICARDO PALMA*. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe>

Thompson, I. (01 de 2006). *promonegocios.net*. Obtenido de www.promonegocios.net

UNE - ISO 21101. (17 de 06 de 2015). *UNE*. Obtenido de <https://www.une.org>

J. ANEXOS

Anexo 1. Lista de verificación (F-G-01)

<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <p>Logo de la empresa</p> </div>	<h3>Lista de Verificación (F-G-01)</h3>													
<p>Empresa:</p>														
<p>Los Módulos que se consideran para otorgar el Distintivo "SIGO ECUADOR" a las empresas turísticas son los siguientes:</p>														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">1. Calidad Personal</td> <td style="text-align: right;">30 puntos</td> </tr> <tr> <td>2. Enfoque en el Cliente</td> <td style="text-align: right;">30 puntos</td> </tr> <tr> <td>3. Gestión de la Rutina y la Mejora</td> <td style="text-align: right;">30 puntos</td> </tr> </table>			1. Calidad Personal	30 puntos	2. Enfoque en el Cliente	30 puntos	3. Gestión de la Rutina y la Mejora	30 puntos						
1. Calidad Personal	30 puntos													
2. Enfoque en el Cliente	30 puntos													
3. Gestión de la Rutina y la Mejora	30 puntos													
<p>Cada pregunta de la lista de verificación puede alcanzar desde 0 hasta 4 puntos de acuerdo con la siguiente tabla y criterio de evaluación:</p>														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #cccccc;"> <th style="width: 10%;">Puntos</th> <th>Escala aplicable a los Módulos del Sistema de Gestión.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">0</td> <td>No aplica</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Conceptualizado. Tiene una clara idea de cómo se podría aplicar el Módulo en su empresa</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Implementación inicial. Ha iniciado la implementación pero aún no pasa del 50%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Implementación avanzada. La implementación está entre un 51 y un 100%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Implementación concluida con medición de resultados, al menos un año de maduración y mejora</td> </tr> </tbody> </table>			Puntos	Escala aplicable a los Módulos del Sistema de Gestión.	0	No aplica	1	Conceptualizado. Tiene una clara idea de cómo se podría aplicar el Módulo en su empresa	2	Implementación inicial. Ha iniciado la implementación pero aún no pasa del 50%	3	Implementación avanzada. La implementación está entre un 51 y un 100%	4	Implementación concluida con medición de resultados, al menos un año de maduración y mejora
Puntos	Escala aplicable a los Módulos del Sistema de Gestión.													
0	No aplica													
1	Conceptualizado. Tiene una clara idea de cómo se podría aplicar el Módulo en su empresa													
2	Implementación inicial. Ha iniciado la implementación pero aún no pasa del 50%													
3	Implementación avanzada. La implementación está entre un 51 y un 100%													
4	Implementación concluida con medición de resultados, al menos un año de maduración y mejora													
1. Módulo: CALIDAD PERSONAL														
Acciones														
	0	1	2	3	4									
1. La empresa adopta un lenguaje que facilite la tarea administrativa, la transferencia de los recursos y el potencial humano hacia los objetivos.														
2. La responsabilidad de la implementación del sistema de gestión se ha dividido entre las personas clave, y se ha creado una estructura para la transformación.														
3. La empresa realiza de manera grupal, labores para mejorar sus condiciones internas e integrar a todo el personal.														
4. Existe un programa de capacitación para todos que tenga en cuenta aspectos técnicos y humanos.														
5. La empresa cuenta con un organigrama oficial y los colaboradores conocen sus responsabilidades.														
6. Los líderes de la empresa han recibido capacitación en conceptos de desarrollo personal y liderazgo.														
7. La empresa implementa el día del descarte y las personas reciben capacitación sobre el Método de las 5S.														
8. El ambiente de trabajo es disciplinado.														
9. Existe un entorno, en donde prevalece el orden, la limpieza y buenas condiciones de seguridad.														
10. La empresa genera condiciones para la implementación simultánea de diferentes herramientas de gestión.														

Puntaje: 30 puntos La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:	
	Total:	

* Método de las 5S: soporte para mejorar la calidad de vida en el trabajo; se sustenta en el mantenimiento autónomo del orden y la limpieza de los espacios físicos.

2. Módulo: ENFOQUE EN EL CLIENTE					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa identifica grupos de clientes con características similares (selección de segmentos y nichos de mercado meta).					
2. La empresa identifica cuales son las principales necesidades de cada grupo de clientes que atiende.					
3. Se toma en cuenta la opinión del cliente para el diseño de los productos que ofrece la empresa.					
4. La empresa identifica al personal de contacto con el cliente, define la postura de atención que se debe mantener en los contactos con el cliente y se capacita.					
5. La empresa mide la satisfacción del cliente y se toman acciones basadas en los indicadores obtenidos, además se establecen metas de mejora periódicas.					
6. La empresa atiende de manera sistemática las quejas y reclamaciones de los clientes y las considera para rediseño del servicio.					
7. La empresa identifica los medios adecuados para promover el servicio.					
8. La empresa implementa acciones de fidelización para sus clientes.					
9. La empresa desarrolla una estrategia de ventas y capacita a su personal de contacto con el cliente en Herramientas de ventas.					
10. La empresa utiliza diferentes canales de venta de acuerdo a sus nichos de mercado.					
Puntaje: 30 puntos La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:				
	Total:				

3. GESTIÓN DE LA RUTINA Y LA MEJORA					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa identifica las diferentes áreas, cuáles son los productos, los clientes y proveedores de cada una de ellas.					
2. Los procesos clave del negocio, están estandarizados y cuentan con metas e indicadores de gestión.					
3. Los estándares enfatizan los requerimientos u objetivos que el proceso debe cumplir, las restricciones y las actividades principales a través de métodos gráficos, como fotografías, diagramas etc.					
4. La estandarización se realiza con la participación de los colaboradores involucrados en los procesos.					
5. Cuando se contrata un nuevo colaborador, recibe la inducción y capacitación necesaria para manejar adecuadamente los procesos basándose en los documentos con los que se estandarizó la rutina.					

6. Existen métodos efectivos de planificación que permiten la asignación ordenada de recursos a los proyectos prioritarios de la empresa.					
7. La empresa realiza análisis financieros periódicos y cuenta con un mecanismo de control para la toma de decisiones.					
8. La empresa ha desarrollado su Política Básica. Misión, Valores y Visión.					
9. La empresa establece objetivos anuales (políticas o directrices) y estos son comunicados a toda la organización.					
10. Se realizan actividades y esfuerzos tendientes a que la filosofía organizacional sea conocida, asimilada y se convierta en el eje rector de toda la organización.					
Puntaje: 30 puntos La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:				
	Total:				

Puntos	Escala aplicable a Resultados
0	No lo mide
1	Tendencia negativa
2	Estable
3	Resultados positivos
4	Resultados positivos significativos y cuantificados

Resumen de la Puntuación Obtenida	Puntos
1. Calidad Personal	
2. Enfoque en el Cliente	
3. Gestión de Rutina y La Mejora	
Puntuación por asistencia	
Puntuación total obtenida	

Anexo 2. Diagnóstico de resultados

Logo de la empresa	Diagnóstico de Resultados (F-G-02)	
ELEMENTO	¿Qué preguntamos? ¿Cómo medir?	Semáforo
<div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: green; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: yellow; border: 1px solid black;"></div> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: red; border: 1px solid black;"></div> </div>		
POTENCIAL		
1. Rotación de personal	¿Nuestra gente es importante para nuestra empresa? ¿La gente se va? ¿Están contentos?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
2. Ausentismo e impuntualidad	¿Es alto? ¿Sube?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
3. % de ingresos destinados a capacitación del personal	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
4. Número de accidentes laborales de la empresa	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
COMERCIALES		
1. Participación en el mercado	¿Sube? ¿Buena afluencia y permanencia de clientes?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
2. Satisfacción de clientes	¿Las quejas suben? ¿Se aplican encuestas de satisfacción?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
3. Porcentaje de ocupación mensual	¿Es aceptable? ¿Es menor, mayor o similar a la ocupación del mercado?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
4. Tarifa promedio (Alojamiento) Consumo promedio por pax (Agencias) Cubierto promedio (Alimentos y Bebidas)	¿Es muy baja con respecto a la tarifa RACK?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
INTERNOS		
1. Productividad, procesos clave	¿Mejoramos? ¿Cómo estamos con respecto a la competencia?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
2. Desperdicios	¿Mejoramos? ¿Son elevados? ¿Los conocemos?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
3. Innovación	¿Hay nuevos productos o proyectos? ¿Hay mejoras o innovaciones?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
FINANCIEROS		
1. Utilidad	¿Suficiente? ¿Sube? o ¿Baja?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
2. Rentabilidad	¿Mayor al costo del capital?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
3. Liquidez	¿Cuenta con dinero suficiente para cubrir sus pagos en el corto plazo?	<input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/> <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>

Anexo 3. Diagnóstico de la estructura financiera



Logo de la Empresa

Diagnóstico de la Estructura Financiera (F-G-03)

		A. Diagnóstico de Situación			B. Oportunidad de Mejora			Prioridad Ax B
		Bien 1	Medio 2	Mal 3	Nula 1	Baja 2	Alta 3	
Ventas	Precio							
	Volumen							
Resultado	Menos	Costos Variables. (Varian de acuerdo a las Ventas): Materia Prima, Personal Extra, Lavandería, Amenities						
	Costos y gastos	Costos fijos (NO varían de acuerdo a las Ventas) Personal Permanente, Energía, Servicios, Impuesto Predial, Capacitación, Amortizaciones						
Rentabilidad	Entre	Gastos Financieros. Intereses de los Prestamos Recibidos						
		Efectivo y Bancos						
	Activos	Cuentas por Cobrar Deudas de nuestros Clientes						
		Inventarios Materiales Primas en depósito, Amenities en depósito, etc.						
Capital Invertido	Menos	Activo Fijo Terrenos, Edificios, Maquinaria y Equipos						
	Pasivo	Pasivo a Corto Plazo Proveedores, Deudas						
		Pasivo a Largo Plazo Acreedores						

Anexo 4. Cronograma de implementación del sistema SIGO y entregables

Logo de la empresa		Cronograma de Implementación del Sistema SIGO y Entregables (F-H1-01)															
EMPRESA: _____		FECHA: _____				RESPONSABLE DEL PROYECTO: _____											
Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1				MES 2				MES 3				Evidencia Documental		
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
MODULO 1: CALIDAD PERSONAL																	
HERRAMIENTA 1: CAMBIO Y LENGUAJE PROPIO																	
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 1 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Dar a conocer a los colaboradores el cronograma de implementación de las 9 Herramientas.																F – H1 – 01: Cronograma de Implementación del SIGO y Entregables.
3	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 1.																F – H1 – 03: Sistema QQCC.
4	Establecer una Matriz de Asignación de Responsabilidades para implementar el cambio en la empresa turística.																F – H1 – 02: Matriz de Responsabilidades.
5	Destinar una carpeta con diferentes separadores para que se coloque toda la documentación generada en cada una de las Herramientas del SIGO.																Carpeta del SIGO.
HERRAMIENTA 2: DESARROLLO HUMANO Y LIDERAZGO																	
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 2 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 2.																F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Elaborar un organigrama de la empresa turística, definir las metas para cada área y darlo a conocer.																Registro: Documento con las firmas de los colaboradores.
4	Identificar las necesidades de capacitación de la empresa turística.																F – H2 -01: Diagnóstico de Puesto
5	Elaborar el plan de capacitación de la empresa turística.																F – H2 – 02: Plan de Capacitación
HERRAMIENTA 3: EL MÉTODO DE LAS 5S																	
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 3 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 3.																F - H1 – 03: Sistema QQCC.
3	Conformar un Comité de las 5S.																Registro: Documento de conformación del Comité de las 5S.
4	Elaborar lineamientos a seguir de orden y limpieza de los sectores donde se trabaje con las 5S.																Registro: Documento con los lineamientos a seguir y/o fotografías.
5	Establecer el Día del Descarte y tomar fotografías antes de ese día																Fotografías.
6	Preparar e implementar el Día del Descarte y tomar fotografías nuevamente una vez implementadas las 5S.																Fotografías.

EMPRESA: _____		FECHA: _____		RESPONSABLE DEL PROYECTO: _____													
Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1				MES 2				MES 3				Evidencia Documental		
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
MODULO 2: ENFOQUE EN EL CLIENTE																	
HERRAMIENTA 4: TURISTAS Y MERCADO																	
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 4 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 4.																F – H1 – 03: Sistema QQCC.
3	Definir los segmentos y nichos de mercados meta.																F – T4 -01: Ejemplo de Segmentación de Mercado.
4	Seleccionar y analizar los mercados meta y definir las necesidades de los clientes.																F – H4 -02: Análisis de las Necesidades del Nicho Seleccionado. F – H4 -03: Traducción de las Necesidades del Cliente.
5	Elaborar, aplicar y procesar la Encuesta de Satisfacción (mínimo 25 encuestas).																F – H4 -04: Encuesta de satisfacción. Registro: Documento que explicita los resultados obtenidos en la Encuesta de Satisfacción.
6	Proponer e implementar acciones acordes al resultado de las Encuestas de Satisfacción.																Registro: Documento que explicita las acciones a implementar.
7	Definir la situación de la empresa respecto de la competencia.																Registro F – H4 -05: Evaluación Competitiva
8	Rediseñar el producto ampliado considerando las necesidades de los clientes.																F – H4 -06: Definición de Valor Agregado.
HERRAMIENTA 5: SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE																	
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 5 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 5.																F – H1 – 03: Sistema QQCC.
3	Definir, documentar y dar a conocer la postura de atención deseada																Registro: Documento que explicita los criterios de postura de atención y apariencia.
4	Elaborar el Formulario de Gestión Reclamos y Quejas																Registro F – H5 - 01 Gestión de Reclamos y Quejas.
5	Establecer el procedimiento de reclamos y sugerencias para aprovechar los comentarios de los clientes y realizar su seguimiento.																Registro: Documento que explicita los procedimientos de reclamos y quejas.
HERRAMIENTA 6: VENTAS Y FIDELIZACIÓN.																	
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 6 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 6.																F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Definir el mensaje que permite transmitir los beneficios que la empresa ofrece a los clientes y seleccionar el canal de venta apropiado para transmitirlo																Registro: Documento que exprese el mensaje y el medio de publicidad seleccionado
4	Diseñar e implementar una estrategia de ventas adecuada para la empresa.																Registro: Documento que explicita la estrategia de ventas.
5	Indicar acciones para fidelizar al cliente																Registro: Documento que explicita las 5 acciones de fidelización

Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1				MES 2				MES 3				Evidencia Documental	
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
MODULO 3. GESTIÓN DE RUTINA Y LA MEJORA																
HERRAMIENTA 7: MEJORA DE LO COTIDIANO																
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 7 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).															F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 7.															F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Analizar las prioridades para la estandarización.															F – H7 – 01: Análisis de Prioridades para la Estandarización
4	Elaborar y Documentar los principales procesos y sus correspondientes procedimientos operativos. Darlos a conocer a los colaboradores del sector correspondiente.															Registro: Documento que indique las Actividades Cotidianas y sus procesos. F – H7 – 02: Procedimiento Operativo
5	Documentar por colaborador y/o por sector quienes son sus clientes internos y externos y las necesidades (requisitos) que deben satisfacer.															Registro: Documento que exprese quienes son sus clientes internos y sus requisitos.
HERRAMIENTA 8: GESTIÓN DE LA INFORMACION																
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 8 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).															F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 8.															F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Diseñar un Sistema de Información con los indicadores clave a nivel negocio.															Registro: Documento que exponga los principales indicadores de la empresa.
4	Establecer los puntos críticos de la organización y elaborar un Tablero de Control que contenga los indicadores de éstos puntos críticos.															Registro: Documento que explicita los puntos críticos y que exponga el tablero de control.
5	Elaborar un presupuesto para un período definido y compararlo con los datos reales.															Registro: Documento que exponga el presupuesto.
6	Identificar que documentos, controles o rutinas deben establecerse como parte del análisis económico- financiero dentro de la empresa turística.															Registro: Documento que explicita la lista con enumeración de los documentos.
7	Elaborar la información de interés que será expuesta de modo visual															Registro: Documento que explicita la información a exponer. Apoyos visuales colocados.
HERRAMIENTA 9: POLITICA BASICA Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS																
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 9 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).															F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Definir la Política Básica con pleno compromiso de quien ejerce el liderazgo en la empresa turística.															F – H9 – 01: Política Básica: Misión, Visión y Valores.
3	Elaborar un FODA que permita analizar el contexto en que se desenvuelve la empresa turística.															F – H9 – 02: Creación de Matriz FODA.
4	Definir las Directrices, su despliegue y el seguimiento en todos los niveles de la empresa turística.															F – H9 – 03: Despliegue de Directrices.
5	Elaborar el sistema QQCC de un objetivo del negocio.															F – H1 – 03: Sistema QQCC.
6	Elaborar un calendario con las fechas de todas las reuniones de Exposición y Evaluación de Resultados que se realizarán para la rendición de cuentas de las Herramientas.															F – H9 – 04: Calendario de la Exposición y Revisión de Resultados.

Anexo 5. Matriz de asignación de responsabilidades

Logo de la empresa		Matriz de Asignación de Responsabilidades (F-H1-02)									
Elaboró		Aprobó:				Fecha:					
Nombres de los Responsables											
Herramientas											
H1	Cambio y Lenguaje Propio										
H2	Desarrollo Humano y Liderazgo										
H3	El Método de las 5S										
H4	Turistas y Mercado										
H5	Servicio y Atención al Cliente										
H6	Ventas y Fidelización.										
H7	Mejora de lo Cotidiano										
H8	Gestión de la Información										
H9	Política Básica y Evaluación de Resultados										

Anexo 6. Sistema QQCC

<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <p>Logo de la empresa</p> </div>	<p>Sistema QQCC (F-H1-03)</p>			
Nombre de la Empresa:		Herramienta N°:		
Fecha de Elaboración:		Fecha de Exposición y Revisión de Resultados:		
Objetivo:		Meta:		
Acción	¿Qué? Descripción de la acción	¿Quién? Responsable	¿Cómo? Disposición de tiempo y recursos	¿Cuándo? Fecha límite
1				
2				
3				
4				
5				
6				
Responsable de la herramienta : Firma: Miembros del Equipo: Firma:			Propietario y/o Gerente: Firma de Aprobación:	

Anexo 7. Diagnóstico del puesto

Logo de la empresa	Diagnóstico de Puesto (F-H2-01)	 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR
<p>El objetivo de este cuestionario es identificar aquellas áreas temáticas que constituyen las necesidades de capacitación del puesto que desempeña.</p>		
Datos del Colaborador:		
Área:	Antigüedad en el puesto:	
_____	_____	
Nombre:	Puesto que desempeña:	
_____	_____	
1. Mencione cuáles son las actividades que cubre con mayor facilidad y cuáles en las que tiene algunas dificultades en su puesto:		

2. Mencione como evalúa su desarrollo personal en la organización:		

3. ¿Qué áreas necesita fortalecer a nivel personal para poder cumplir de una mejor forma con los objetivos y tareas asignadas?		

4. ¿Qué capacitación considera que le brindaría buen soporte para poder aumentar su desempeño? Los cursos pueden ser tanto a nivel técnico como a nivel administrativo:		

Observaciones, comentarios, sugerencias:		

_____	_____	
Nombre y firma del titular del Puesto	Nombre y firma del Jefe Inmediato	

Recomendación: Este formulario debe completarlo cada colaborador de su organización.

Anexo 8. Segmentación del mercado

Logo de la empresa	<h3>Segmentación del Mercado</h3> <p>(F-H4-01)</p>	 <p>SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR</p>																																	
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>SEGMENTOS Listar de acuerdo al grado de importancia</p> <p>POR VARIABLE _____:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">a</td><td></td></tr> <tr><td>b</td><td></td></tr> <tr><td>c</td><td></td></tr> </table> </td> <td style="width: 10%; text-align: center; vertical-align: middle;">    </td> <td style="width: 40%; vertical-align: top;"> <p>NICHOS Listar de acuerdo al grado de Importancia</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> </td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center; background-color: #e0e0e0; padding: 5px;"> Definición de las Variables de segmentación </td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="padding: 5px;"> <p>Le sugerimos que complete la variable teniendo en cuenta los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El conocimiento que Ud. tiene de sus clientes 2. Puede definirla, por ejemplo: por temporada, geográfica, nivel socio económico, por producto o servicio </td> </tr> </table>			<p>SEGMENTOS Listar de acuerdo al grado de importancia</p> <p>POR VARIABLE _____:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">a</td><td></td></tr> <tr><td>b</td><td></td></tr> <tr><td>c</td><td></td></tr> </table>	a		b		c		  	<p>NICHOS Listar de acuerdo al grado de Importancia</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		1		2		3		1		2		3		Definición de las Variables de segmentación			<p>Le sugerimos que complete la variable teniendo en cuenta los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El conocimiento que Ud. tiene de sus clientes 2. Puede definirla, por ejemplo: por temporada, geográfica, nivel socio económico, por producto o servicio 		
<p>SEGMENTOS Listar de acuerdo al grado de importancia</p> <p>POR VARIABLE _____:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">a</td><td></td></tr> <tr><td>b</td><td></td></tr> <tr><td>c</td><td></td></tr> </table>	a		b		c		  	<p>NICHOS Listar de acuerdo al grado de Importancia</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px;">1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		1		2		3		1		2		3										
a																																			
b																																			
c																																			
1																																			
2																																			
3																																			
1																																			
2																																			
3																																			
1																																			
2																																			
3																																			
Definición de las Variables de segmentación																																			
<p>Le sugerimos que complete la variable teniendo en cuenta los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El conocimiento que Ud. tiene de sus clientes 2. Puede definirla, por ejemplo: por temporada, geográfica, nivel socio económico, por producto o servicio 																																			

Anexo 9. Análisis de necesidades del nicho seleccionado

Logo de la empresa	Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado (F-H4-02)				 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR
Listar en Orden de Importancia					
Nichos	1º Que	2º Que	3º Que	4º Que	
a1=					
a2=					
a3=					
Como definir las Necesidades de un Nicho de Mercado					
<ol style="list-style-type: none">1. Con base en nuestra experiencia e intuición empresarial2. Ir al encuentro del cliente. Sentir, convivir, deducir3. Preguntarle					
Preguntas útiles para conocer las necesidades y expectativas del cliente					
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cuáles son las razones principales que hacen que nos prefiera?2. ¿Qué le atrae más de nuestros servicios?3. ¿Qué no le gusta de nuestros servicios?4. ¿Qué cambiaría en caso de poder hacerlo?					

Anexo 10. Traducción de las necesidades del cliente

<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <p>Logo de la empresa</p> </div>	<p>Traducción de las Necesidades del Cliente (F-H4-03)</p>			 <p>SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR</p>
Traducción de las Necesidades del Cliente "QUES" en Especificaciones de Diseño "COMOs"				
Nicho: _____				
Especificaciones de Diseño "COMOs"	1° Como	2° Como	3° Como	
Necesidades del Cliente. "QUES"	1° Que			
	2° Que			
	3° Que			
	4° Que			
<p><small>Nota: Para completar este formulario debe trasladar los QUE del F-H4-02: Análisis e las Necesidades del Nicho seleccionado</small></p>				

Anexo 11. Encuesta de satisfacción

Logo de la empresa	Encuesta de Satisfacción (F-H4-04)	 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR																																				
POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.																																						
Nombre: _____	Fecha: _____	Sexo: <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F																																				
Email : _____	Edad: _____																																					
Tipo de Viaje: Negocios Turismo Otro	Cliente: <input type="checkbox"/> Habitual <input type="checkbox"/> Esporádico																																					
Como nos conoció: Web Redes sociales Folletería Recomendación Otro: _____																																						
	<table border="1"><thead><tr><th></th><th>Excelente</th><th>Muy Bueno</th><th>Buena</th><th>Regular</th><th>Mala</th></tr></thead><tbody><tr><td>a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>c) ¿Los precios están acordes con los servicios?</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>e) ¿Volvería a elegirnos?</td><td>Si <input type="checkbox"/></td><td>No <input type="checkbox"/></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table>		Excelente	Muy Bueno	Buena	Regular	Mala	a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input type="checkbox"/>	b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/>	c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input type="checkbox"/>	d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input type="checkbox"/>	e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>																				
	Excelente	Muy Bueno	Buena	Regular	Mala																																	
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																	
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																	
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																	
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																	
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>																																				
¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?																																						

Anexo 12. Evaluación competitiva

Logo de la empresa	Evaluación Competitiva (F-T4-05)										 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR			
Aspectos valorados por el cliente. (Colocar en Orden de Importancia)	A. Importancia relativa para el cliente					B. Qué tan bien cubrimos el aspecto valorado por el cliente.					Evaluación de la competencia			
						Calificación					Multiplique A x B			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	Nosotros	Comp. A	Comp. B	
Primer Aspecto						Nosotros								
Calidad						Competidor A								
						Competidor B								
Segundo Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Tercer Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Cuarto Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Quinto Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Para mejorar, hay que considerar donde enfocar los esfuerzos en función de A y B.										Suma				
Nota 1. En un Hotel o Restaurante, los aspectos podrán ser: Calidad, Servicio, Rapidez, Ubicación, Ambiente, Tranquilidad, Postura de Atención														
Nota 2. La importancia relativa y la calificación de nuestra capacidad para cubrir el elemento a satisfacción del cliente, tienen una escala de 1 a 5. Siendo 1 el de menor impacto y 5 el de mayor.														

Anexo 13. Definición de valor agregado

Logo de la empresa	Definición de Valor Agregado (F-H4-06)	 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR
Considerar	Redactar cuales serán los aspectos diferenciales del servicio ofrecido en cada ítem	
Calidad	Implementación del SIGO como Política de la Empresa	
Atención	Atendido por sus propios dueños y personal altamente calificado	
Accesibilidad		
Precio		
Resolución de Quejas		
Otros		

Anexo 14. Gestión de reclamos y quejas

Logo de la empresa	Gestión de Reclamos y Quejas (F-H5-01)	 SIGO <small>Sistema Inicial de Gestión Organizacional</small> ECUADOR
Fecha:	Área de la empresa:	Formulario N°
Agradecemos nos describa la situación		
Datos del cliente		
Nombre y apellido		
Teléfono:		
E-mail:		
Dirección/Código Postal:		
PARA USO DEL PERSONAL		
Nombre del empleado:		
Puesto:		
Observaciones:		
Derivado a:		
FIRMA DEL EMPLEADO	FIRMA DEL SUPERIOR	
SEGUIMIENTO		
Responsable: Acción: Plazo: Fecha actual: FIRMA		
REVISION		
Grado de cumplimiento de la acción: Contacto con cliente: SI O NO Medio de contacto: Respuesta: Fecha: FIRMA		

Anexo 15. Análisis de prioridades para la estandarización

Logo de la empresa	Análisis de Prioridades para la Estandarización (F-H7-01)			
Análisis para el establecimiento de prioridades considerando la Frecuencia de Ocurrencia y el Impacto en Resultados				
Factores para establecer prioridades Se evalúan 2 factores que afectan los resultados de los procesos. Los de mayor calificación deben ser estandarizados primero	Frecuencia - Raro (1) Ocasional (2) Frecuente (3)	Impacto en Resultados - Bajo (1) Medio (2) Alto (3)	Calificación - Multiplicación de los 2 factores	Acciones a emprender Los procesos o actividades que tengan una calificación alta, son candidatos para ser estandarizados a través de las siguientes acciones:
Elementos Analizados Procesos o actividades del negocio				
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

Anexo 16. Procedimiento operativo

Logo de la empresa	Procedimiento Operativo (F-H7-02)		
PROCEDIMIENTO OPERATIVO			
Área de la Empresa:			
Actividad del Proceso:		Procedimiento:	
Elaboró:		Aprobó:	Firma:
Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento:		Fecha:	Versión:
Descripción de la actividad:			
Objetivo del Procedimiento:			
Registros de revisiones efectuadas a este documento:			
Procedimiento			
Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso			
Quién hace la actividad			
Qué y cómo se hace la actividad			
Cuándo se hace la actividad			
Dónde se realiza la actividad			

Anexo 17. Política básica: misión, visión y valores

Logo de la empresa	Política Básica: Misión, Visión y Valores (F-H9-01)	
Política Básica: Misión, Visión, Valores		
1. Defina la Misión de su negocios considerando las siguientes preguntas:		
¿Cuál es nuestro negocio?		
¿Quién es nuestro cliente y donde está?		
¿Qué es considerado de valor por el cliente?, ¿Cómo agregamos valor para el cliente?		
¿Cuál es la razón de ser de nuestra empresa?		
El enunciado de misión debe ser corto, preciso, contundente.		
Misión:		
2. Defina la Visión de su negocio considerando las siguientes preguntas:		
¿Cómo ve a su organización dentro de unos años. 3 a 5 años?		
¿Qué logros importantes espera tener en este periodo?		
¿Qué tipo de retos provocarían un esfuerzo colectivo de todos?		
El enunciado de Visión, debe ser concreto, y representar una Macro Meta que tenga el poder de inspirar al equipo		
Visión:		
3. Defina los Valores del negocio considerando las siguientes preguntas:		
¿Cuáles son los principios que los líderes consideran esenciales?		
¿Qué es lo más valorado dentro del quehacer cotidiano de la empresa?		
¿Qué debe ser respetado dentro de la organización en el camino de lograr la visión y misión de la empresa?		
Honestidad: Significa compostura, decencia y moderación en la persona, acciones y palabras. Colaboración: Significa contribuir con el propio esfuerzo a la consecución o ejecución de algo en lo que trabajo otro u otros. Dignidad: Significa decoro de las personas en la manera de comportarse. Lealtad: Significa el cumplimiento de las leyes de la fidelidad y el honor. Integridad: Significa conjunta, contribuir, entrar a formar parte de un todo. Participación: Intervención de los miembros de un grupo, empresa, en la gestión de la misma con poder decisorio. Responsabilidad: Capacidad u obligación de responder de los actos propios, y en algunos casos de los ajenos. Sinceridad: Veracidad, modo de expresarse libre sin fingimiento.		
El enunciado de los valores limitan y orientan el comportamiento de las personas y deben ser descritos claramente		
Valores:		

Anexo 18. Matriz FODA

Logo de
la empresa

Creación de Matriz FODA (F-H9-02)



SIGO
Sistema Inicial de
Gestión Organizacional
ECUADOR

MATRIZ FODA		
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
INTERNAS	A	A
	B	B
	C	C
	D	D
	E	E
	A	A
	B	B
	C	C
D	D	
E	E	

INTERNAS

EXTERNAS

Anexo 19. Principales retos y acciones de mejora

Logo de la empresa	Principales Retos y Acciones Inmediatas de Mejora (F-G-04)	 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR
PRINCIPALES RETOS Y ACCIONES INMEDIATAS DE MEJORA		
Principales Problemas en mi Negocio	Posibles Acciones de Mejora	Priorizar Acciones de Mejora
A.		
B.		
C.		
D.		

Anexo 20. Solicitud de uso del manual SIGO

Tena, 22 de mayo del 2019

Magister
Eugenio Naranjo
COORDINADOR ZONAL 2 DEL MINISTERIO DE TURISMO
Presente.-

De mi consideración

Yo, Silvia Susana Yáñez García portadora de la CI 1500967391, estudiante de la carrera de Tecnología en Administración Turística y Hotelera del Instituto Superior Tecnológico Tena, me dirijo a Ud. Solicitando su autorización para el uso del Manual Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), en función de los trabajos que se vienen realizando de manera articulada en la ejecución del proyecto SIGO, y a su vez se tiene planificado elaborar el proyecto de tesis mediante la implementación de la metodología SIGO del Ministerio de Turismo en el "Rio Napo Lodge", Ubicado en la parroquia Misahualli, del cantón Tena, Provincia de Napo.

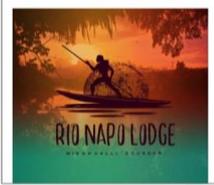
Agradeciendo la atención prestada.

Atentamente,


Srta. Susana Yáñez
Estudiante


COORDINACION ZONAL 2
OGPT NAPO
Ministerio
de Turismo
Fecha: 24/05/19 HORA: 15:30
RECIBIDO
CON ANEXOS
SIN ANEXOS
Recibido por: Susana Yáñez

Anexo 21. Formulario F-G-01



Lista de Verificación (F-G-01)



Empresa: Rio Napo Lodge

Los Módulos que se consideran para otorgar el Distintivo "SIGO ECUADOR" a las empresas turísticas son los siguientes:

- | | |
|-------------------------------------|-----------|
| 1. Calidad Personal | 30 puntos |
| 2. Enfoque en el Cliente | 30 puntos |
| 3. Gestión de la Rutina y la Mejora | 30 puntos |

Cada pregunta de la lista de verificación puede alcanzar desde **0 hasta 4 puntos** de acuerdo con la siguiente tabla y criterio de evaluación:

Puntos	Escala aplicable a los Módulos del Sistema de Gestión.
0	No aplica
1	Conceptualizado. Tiene una clara idea de cómo se podría aplicar el Módulo en su empresa
2	Implementación inicial. Ha iniciado la implementación pero aún no pasa del 50%
3	Implementación avanzada. La implementación está entre un 51 y un 100%
4	Implementación concluida con medición de resultados, al menos un año de maduración y mejora

1. Módulo: CALIDAD PERSONAL					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa adopta un lenguaje que facilite la tarea administrativa, la transferencia de los recursos y el potencial humano hacia los objetivos.			X		
2. La responsabilidad de la implementación del sistema de gestión se ha dividido entre las personas clave, y se ha creado una estructura para la transformación.			X		
3. La empresa realiza de manera grupal, labores para mejorar sus condiciones internas e integrar a todo el personal.				X	
4. Existe un programa de capacitación para todos que tenga en cuenta aspectos técnicos y humanos.		X			
5. La empresa cuenta con un organigrama oficial y los colaboradores conocen sus responsabilidades.		X			
6. Los líderes de la empresa han recibido capacitación en conceptos de desarrollo personal y liderazgo.		X			
7. La empresa implementa el día del descarte y las personas reciben capacitación sobre el Método de las 5S.		X			
8. El ambiente de trabajo es disciplinado.				X	
9. Existe un entorno, en donde prevalece el orden, la limpieza y buenas condiciones de seguridad.			X		
10. La empresa genera condiciones para la implementación simultánea de		X			

diferentes herramientas de gestión.					
Puntaje: 30 puntos La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:	17			
	Total:	12.75			

* Método de las 5S: soporte para mejorar la calidad de vida en el trabajo; se sustenta en el mantenimiento autónomo del orden y la limpieza de los espacios físicos.

2. Módulo: ENFOQUE EN EL CLIENTE					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa identifica grupos de clientes con características similares (selección de segmentos y nichos de mercado meta).		X			
2. La empresa identifica cuales son las principales necesidades de cada grupo de clientes que atiende.			X		
3. Se toma en cuenta la opinión del cliente para el diseño de los productos que ofrece la empresa.			X		
4. La empresa identifica al personal de contacto con el cliente, define la postura de atención que se debe mantener en los contactos con el cliente y se capacita.			X		
5. La empresa mide la satisfacción del cliente y se toman acciones basadas en los indicadores obtenidos, además se establecen metas de mejora periódicas.		X			
6. La empresa atiende de manera sistemática las quejas y reclamaciones de los clientes y las considera para rediseño del servicio.		X			
7. La empresa identifica los medios adecuados para promover el servicio.			X		
8. La empresa implementa acciones de fidelización para sus clientes.			X		
9. La empresa desarrolla una estrategia de ventas y capacita a su personal de contacto con el cliente en Herramientas de ventas.		X			
10. La empresa utiliza diferentes canales de venta de acuerdo a sus nichos de mercado.		X			
Puntaje: 30 puntos La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:	15			
	Total:	11.25			

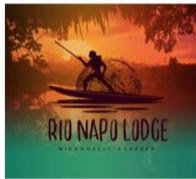
3. GESTIÓN DE LA RUTINA Y LA MEJORA					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa identifica las diferentes áreas, cuáles son los productos, los clientes y proveedores de cada una de ellas.		X			
2. Los procesos clave del negocio, están estandarizados y cuentan con metas e indicadores de gestión.		X			
3. Los estándares enfatizan los requerimientos u objetivos que el proceso debe cumplir, las restricciones y las actividades principales a través de métodos gráficos, como fotografías, diagramas etc.		X			
4. La estandarización se realiza con la participación de los colaboradores involucrados en los procesos.		X			
5. Cuando se contrata un nuevo colaborador, recibe la inducción y capacitación necesaria para manejar adecuadamente los procesos			X		

basándose en los documentos con los que se estandarizó la rutina.					
6. Existen métodos efectivos de planificación que permiten la asignación ordenada de recursos a los proyectos prioritarios de la empresa.			X		
7. La empresa realiza análisis financieros periódicos y cuenta con un mecanismo de control para la toma de decisiones.			X		
8. La empresa ha desarrollado su Política Básica. Misión, Valores y Visión.			X		
9. La empresa establece objetivos anuales (políticas o directrices) y estos son comunicados a toda la organización.			X		
10. Se realizan actividades y esfuerzos tendientes a que la filosofía organizacional sea conocida, asimilada y se convierta en el eje rector de toda la organización.		X			
Puntaje: 30 puntos	Suma:		15		
La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Total:		11.25		

Puntos	Escala aplicable a Resultados
0	No lo mide
1	Tendencia negativa
2	Estable
3	Resultados positivos
4	Resultados positivos significativos y cuantificados

Resumen de la Puntuación Obtenida	Puntos
1. Calidad Personal	12.75
2. Enfoque en el Cliente	11.25
3. Gestión de Rutina y La Mejora	11.25
Puntuación total obtenida	35.25

Anexo 22. Formulario F-G-02



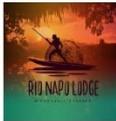
Diagnóstico de Resultados (F-G-02)



ELEMENTO	¿Qué preguntamos? ¿Cómo medir?	Semáforo		
		B	R	M
POTENCIAL				
1. Rotación de personal	¿Nuestra gente es importante para nuestra empresa? ¿La gente se va? ¿Están contentos?	X		
2. Ausentismo e impuntualidad	¿Es alto? ¿Sube?	X		
3. % de ingresos destinados a capacitación del personal	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?		X	
4. Número de accidentes laborales de la empresa	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	X		
COMERCIALES				
1. Participación en el mercado	¿Sube? ¿Buena afluencia y permanencia de clientes?		X	
2. Satisfacción de clientes	¿Las quejas suben? ¿Se aplican encuestas de satisfacción?		X	
3. Porcentaje de ocupación mensual	¿Es aceptable? ¿Es menor, mayor o similar a la ocupación del mercado?		X	
4. Tarifa promedio (Alojamiento) Consumo promedio por pax (Agencias) Cubierto promedio (Alimentos y Bebidas)	¿Es muy baja con respecto a la tarifa RACK?		X	
INTERNOS				
1. Productividad, procesos clave	¿Mejoramos? ¿Cómo estamos con respecto a la competencia?	X		
2. Desperdicios	¿Mejoramos? ¿Son elevados? ¿Los conocemos?	X		
3. Innovación	¿Hay nuevos productos o proyectos? ¿Hay mejoras o innovaciones?	X		
FINANCIEROS				
1. Utilidad	¿Suficiente? ¿Sube? o ¿Baja?		X	
2. Rentabilidad	¿Mayor al costo del capital?		X	
3. Liquidez	¿Cuenta con dinero suficiente para cubrir sus deudas en el corto plazo?		X	

4. Margen Neto sobre ventas	¿Es suficiente cubrir los gastos?	<input type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/>
-----------------------------	-----------------------------------	---

Anexo 23. Formulario F-G-03



Diagnóstico de la Estructura Financiera

(F-G-03)



		A. Diagnóstico de Situación			B. Oportunidad de Mejora			Prioridad AxB		
		Bien 1	Medio 2	Mala 3	Nula 1	Baja 2	Alta 3			
		Resultado Entre		Ventas	Precio				x	
Volumen					x				x	
Capital Invertido Entre		Menos	Costos Variables. (Varian de acuerdo a las Ventas): Materia Prima, Personal Extra, Lavandería, Amenities			x				x
		Costos y gastos	Costos fijos (NO varían de acuerdo a las Ventas) Personal Permanente, Energía, Servicios, Impuesto Predial, Capacitación, Amortizaciones			x				x
		Gastos Financieros. Intereses de los Prestamos Recibidos			x				x	
		Activos	Efectivo y Bancos		x				x	
		Cuentas por Cobrar Deudas de nuestros Clientes			x				x	
		Inventarios Materiales Primas en depósito, Amenities en depósito, etc.			x				x	
		Menos	Activo Fijo Terrenos, Edificios, Maquinaria y Equipos			x			x	
		Pasivo a Corto Plazo Proveedores, Deudas			x				x	
		Pasivo a Largo Plazo Acreedores			x				x	

Anexo 24. Formulario F-H1-01



Cronograma de Implementación del Sistema SIGO y Entregables (F-H1-01)



EMPRESA: RIO NAPO LODGE		FECHA: ABRIL DEL 2019		RESPONSABLE DEL PROYECTO: DIANA ANDI											
Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1 abril				MES 2 Mayo				MES 3 Junio				Evidencia Documental
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
MODULO 1: CALIDAD PERSONAL															
HERRAMIENTA 1: CAMBIO Y LENGUAJE PROPIO															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 1 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).		X												F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Dar a conocer a los colaboradores el cronograma de implementación de las 9 Herramientas.			X											F – H1 – 01: Cronograma de Implementación del SIGO y Entregables.
3	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 1.		X												F – H1 – 03: Sistema QQCC.
4	Establecer una Matriz de Asignación de Responsabilidades para implementar el cambio en la empresa turística.			X											F – H1 – 02: Matriz de Responsabilidades.
5	Destinar una carpeta con diferentes separadores para que se coloque toda la documentación generada en cada una de las Herramientas del SIGO.			X											Carpeta del SIGO.
HERRAMIENTA 2: DESARROLLO HUMANO Y LIDERAZGO															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 2 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).			X											F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 2.		X												F - H1 – 03: Sistema QQCC
3	Elaborar un organigrama de la empresa turística, definir las metas para cada área y darlo a conocer.			X											Registro: Documento con las firmas de los colaboradores.
4	Identificar las necesidades de capacitación de la empresa turística.			X											F – H2 – 01: Diagnóstico de Puesto
5	Elaborar el plan de capacitación de la empresa turística.			X											F – H2 – 02: Plan de Capacitación
HERRAMIENTA 3: EL MÉTODO DE LAS 5S															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 3 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).			X											F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 3.		X												F - H1 – 03: Sistema QQCC.
3	Conformar un Comité de las 5S.			X											Registro: Documento de conformación del Comité de las 5S.
4	Elaborar lineamientos a seguir de orden y limpieza de los sectores donde se trabaje con las 5S.			X											Registro: Documento con los lineamientos a seguir y/o fotografías.
5	Establecer el Día del Descarte y tomar fotografías antes de ese día			X											Fotografías.
6	Preparar e implementar el Día del Descarte y tomar fotografías nuevamente una vez implementadas las 5S.			X											Fotografías.

EMPRESA: RIO NAPO LODGE		FECHA: ABRIL DEL 2019		RESPONSABLE DEL PROYECTO: DIANA ANDI											
Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1 Abril				MES 2 Mayo				MES 3 Junio				Evidencia Documental
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
MODULO 2: ENFOQUE EN EL CLIENTE															
HERRAMIENTA 4: TURISTAS Y MERCADO															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 4 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).													x	F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 4.												X		F – H1 – 03: Sistema QQCC.
3	Definir los segmentos y nichos de mercados meta.								X						F – T4 -01: Ejemplo de Segmentación de Mercado.
4	Seleccionar y analizar los mercados meta y definir las necesidades de los clientes.								X						F – H4 -02: Análisis de las Necesidades del Nicho Seleccionado. F – H4 -03: Traducción de las Necesidades del Cliente.
5	Elaborar, aplicar y procesar la Encuesta de Satisfacción (mínimo 25 encuestas).												X		F – H4 -04: Encuesta de satisfacción. Registro: Documento que explicita los resultados obtenidos en la Encuesta de Satisfacción.
6	Proponer e implementar acciones acordes al resultado de las Encuestas de Satisfacción.								X						Registro: Documento que explicita las acciones a implementar.
7	Definir la situación de la empresa respecto de la competencia.									X					Registro F – H4 -05: Evaluación Competitiva
8	Rediseñar el producto ampliado considerando las necesidades de los clientes.									X					F – H4 -06: Definición de Valor Agregado.
HERRAMIENTA 5: SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 5 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).												X		F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 5.								X						F – H1 – 03: Sistema QQCC.
3	Definir, documentar y dar a conocer la postura de atención deseada									X					Registro: Documento que explicita los criterios de postura de atención y apariencia.
4	Elaborar el Formulario de Gestión Reclamos y Quejas										X				Registro F – H5 - 01 Gestión de Reclamos y Quejas.
5	Establecer el procedimiento de reclamos y sugerencias para aprovechar los comentarios de los clientes y realizar su seguimiento.										X				Registro: Documento que explicita los procedimientos de reclamos y quejas.
HERRAMIENTA 6: VENTAS Y FIDELIZACIÓN.															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 6 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).												X		F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 6.									X					F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Definir el mensaje que permite transmitir los beneficios que la empresa ofrece a los clientes y seleccionar el canal de venta apropiado para transmitirlo										X				Registro: Documento que exprese el mensaje y el medio de publicidad seleccionado
4	Diseñar e implementar una estrategia de ventas adecuada para la empresa.										X				Registro: Documento que explicita la estrategia de ventas.
5	Indicar acciones para fidelizar al cliente										X				Registro: Documento que explicita las 5 acciones de fidelización

EMPRESA: RIO NAPO LODGE		FECHA: ABRIL DEL 2019				RESPONSABLE DEL PROYECTO: DIANA ANDI									
Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1 Abril				MES 2 Mayo				MES 3 Junio				Evidencia Documental
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
MODULO 3. GESTIÓN DE RUTINA Y LA MEJORA															
HERRAMIENTA 7: MEJORA DE LO COTIDIANO															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 7 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).												X		F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 7.												X		F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Analizar las prioridades para la estandarización.												X		F – H7 – 01: Análisis de Prioridades para la Estandarización
4	Elaborar y Documentar los principales procesos y sus correspondientes procedimientos operativos. Darlos a conocer a los colaboradores del sector correspondiente.												X		Registro: Documento que indique las Actividades Cotidianas y sus procesos. F – H7 – 02: Procedimiento Operativo
5	Documentar por colaborador y/o por sector quienes son sus clientes internos y externos y las necesidades (requisitos) que deben satisfacer.												X		Registro: Documento que exprese quienes son sus clientes internos y sus requisitos.
HERRAMIENTA 8: GESTIÓN DE LA INFORMACION															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 8 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).												X		F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 8.												X		F – H1 – 03: Sistema QQCC
3	Diseñar un Sistema de Información con los indicadores clave a nivel negocio.												X		Registro: Documento que exponga los principales indicadores de la empresa.
4	Establecer los puntos críticos de la organización y elaborar un Tablero de Control que contenga los indicadores de éstos puntos críticos.												X		Registro: Documento que explicita los puntos críticos y que exponga el tablero de control.
5	Elaborar un presupuesto para un periodo definido y compararlo con los datos reales.												X		Registro: Documento que exponga el presupuesto.
6	Identificar que documentos, controles o rutinas deben establecerse como parte del análisis económico- financiero dentro de la empresa turística.												X		Registro: Documento que explicita la lista con enumeración de los documentos.
7	Elaborar la información de interés que será expuesta de modo visual												X		Registro: Documento que explicita la información a exponer. Apoyos visuales colocados.
HERRAMIENTA 9: POLITICA BASICA Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 9 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).												X		F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Definir la Política Básica con pleno compromiso de quien ejerce el liderazgo en la empresa turística.												X		F – H9 – 01: Política Básica: Misión, Visión y Valores.
3	Elaborar un FODA que permita analizar el contexto en que se desenvuelve la empresa turística.												X		F – H9 – 02: Creación de Matriz FODA.
4	Definir las Directrices, su despliegue y el seguimiento en todos los niveles de la empresa turística.												X		F – H9 – 03: Despliegue de Directrices.
5	Elaborar el sistema QQCC de un objetivo del negocio.												X		F – H1 – 03: Sistema QQCC.
6	Elaborar un calendario con las fechas de todas las reuniones de Exposición y Evaluación de Resultados que se realizarán para la rendición de cuentas de las Herramientas.												X		F – H9 – 04: Calendario de la Exposición y Revisión de Resultados.

Anexo 25. Formulario F-H1-02



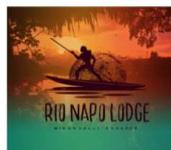
Matriz de Asignación de Responsabilidades (F-H1-02)



Elaboró		Aprobó:					Fecha:				
Nombres de los Responsables		Diana Andy	Lidia Licuy		Edwin Muñoz				12-06-2019	05-07-2019	
Herramientas											
H1	Cambio y Lenguaje Propio	X									
H2	Desarrollo Humano y Liderazgo	X									
H3	El Método de las 5S	X	X		X			X			
H4	Turistas y Mercado	X									
H5	Servicio y Atención al Cliente	X									
H6	Ventas y Fidelización.	X									
H7	Mejora de lo Cotidiano	X									
H8	Gestión de la Información	X									
H9	Política Básica y Evaluación de Resultados	X									

Recomendación: Le sugerimos que para completar este formulario vea el cuadro N°1.1.3: gerenciamiento de las herramientas del SIGO

Anexo 26. Formulario F-H1-03



Sistema QQCC
(F-H1-03)



Nombre de la Empresa: Rio Napo Lodge	Herramienta N°:3
Fecha de Elaboración: 10-06-2019	Fecha de Exposición y Revisión de Resultados: 11-06-2019
Objetivo: Mejorar el nivel de satisfacción de los clientes	Meta: Mejorar el nivel de comprensión en la comunicación y orientación con el cliente.

Acción	¿Qué? Descripción de la acción	¿Quién? Responsable	¿Cómo? Disposición de tiempo y recursos	¿Cuándo? Fecha límite
1	limpieza	Diana Andy	Todos los colaboradores	12/06/ 2019
2	Cambio de techo	Diana Andy	Tiene sembrado las hojas y con una minga	Junio del 2020
3	Remodelación de 2 habitaciones	Diana Andy	Dentro de un mes, cambio de techo de paja toquilla a dura techo.	5-11 agosto
4	Capacitación de ingles	Diana Andy	Se creó una página de voluntarios, para que convivan y aprender inglés durante uno a dos meses.	6 de Julio – Septiembre del 2019
5	Capacitación de meseros y bartender.	Diana Andy Lidia Licuy	Internet	Tiempos libres
6	Capacitación de atención al cliente	Diana Andy Lidia Licuy	Internet	Tiempos libres

Responsable de la herramienta : Diana Andy

Firma:

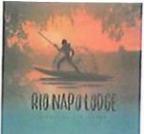
Miembros del Equipo:

Firma:

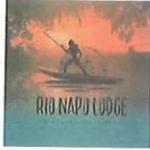
Propietario y/o Gerente: Diana Andy

Firma de Aprobación:

Anexo 27. Formulario F-H2-01

	Diagnóstico de Puesto (F-H2-01)	
<p>El objetivo de este cuestionario es identificar aquellas áreas temáticas que constituyen las necesidades de capacitación del puesto que desempeña.</p>		
Datos del Colaborador:		
Área: <u>Administradora</u>	Antigüedad en el puesto: <u>1 año</u>	
Nombre: <u>Diana Andy</u>	Puesto que desempeña: <u>Administradora</u>	
1. Mencione cuáles son las actividades que cubre con mayor facilidad y cuáles en las que tiene algunas dificultades en su puesto: <u>No tiene problemas</u>		
2. Mencione como evalúa su desarrollo personal en la organización: <u>A mejorado por dar una atención personalizada</u>		
3. ¿Qué áreas necesita fortalecer a nivel personal para poder cumplir de una mejor forma con los objetivos y tareas asignadas? <u>Administrativa – contabilidad – Digitalizarse</u>		
4. ¿Qué capacitación considera que le brindaría buen soporte para poder aumentar su desempeño? Los cursos pueden ser tanto a nivel técnico como a nivel administrativo: <u>Inventariado - Administrativa – contabilidad – Digitalizarse</u>		
Observaciones, comentarios, sugerencias: <u>Inventariado</u>		
<u>Diana Andy</u> 	<u>Diana Andy</u> 	
Nombre y firma del titular del Puesto	Nombre y firma del Jefe Inmediato	

Recomendación: Este formulario debe completarlo cada colaborador de su organización.



Diagnóstico de Puesto
(F-H2-01)



El objetivo de este cuestionario es identificar aquellas áreas temáticas que constituyen las necesidades de capacitación del puesto que desempeña.

Datos del Colaborador:

Área: _____ Antigüedad en el puesto: 1 año y medio
Nombre: _____ Puesto que desempeña: _____
Oswaldo Vinueza _____ Publicidad y ventas _____

5. Mencione cuáles son las actividades que cubre con mayor facilidad y cuáles en las que tiene algunas dificultades en su puesto:

facilidades: _____
Dificultades: tele mercadeo - Ingles _____

6. Mencione cómo evalúa su desarrollo personal en la organización:
Resultado en base a autoeducación y experiencia _____

7. ¿Qué áreas necesita fortalecer a nivel personal para poder cumplir de una mejor forma con los objetivos y tareas asignadas?

Idiomas _____

8. ¿Qué capacitación considera que le brindaría buen soporte para poder aumentar su desempeño? Los cursos pueden ser tanto a nivel técnico como a nivel administrativo:

Idiomas de urgencia , cualquier tipo capacitación turística _____

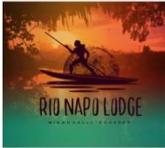
Observaciones, comentarios, sugerencias:

Enfoque al turismo , desarrollo de actividades turístico, ejecutarles _____

Oswaldo Vinueza _____
Nombre y firma del titular del Puesto

Diana Andy _____
Nombre y firma del Jefe Inmediato

Anexo 28. Formulario F-H4-01



Segmentación del Mercado

(F-H4-01)



SEGMENTOS
Listar de acuerdo al grado de importancia

SEGMENTOS POR VARIABLE: geográficas :

a	Extranjeros
b	Nacionales
c	Zona

NICHOS
Listar de acuerdo al grado de Importancia

1	Familias
2	Parejas
3	Adultos

1	Familias
2	Parejas
3	Adultos

1	Familias
2	Parejas
3	Adultos

Definición de las Variables de segmentación

Le sugerimos que complete la variable teniendo en cuenta los siguientes puntos:

1. El conocimiento que Ud. tiene de sus clientes
2. Puede definirla, por ejemplo: por temporada, geográfica, nivel socio económico, por producto o servicio

Anexo 29. Formulario F-H4-02



Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado

(F-H4-02)



Listar en Orden de Importancia				
Nichos	1º Que	2º Que	3º Que	4º Que
a1= familias	Atención personalizada	Amabilidad en el servicio	Calidad en el servicio	Mejorar la calidad y los servicios
a2= parejas	Comodidad en las habitaciones	tener una Buena ubicación	Buen precio	Ambiente tranquilo y familiar
a3= adultos	Rapidez en el servicio	calidad en las instalaciones	Buenos servicios y ecológico	Pago en efectivo

Como definir las Necesidades de un Nicho de Mercado

1. Con base en nuestra experiencia e intuición empresarial
2. Ir al encuentro del cliente. Sentir, convivir, deducir
3. Preguntarle

Preguntas útiles para conocer las necesidades y expectativas del cliente

1. ¿Cuáles son las razones principales que hacen que nos prefiera?
2. ¿Qué le atrae mas de nuestros servicios?
3. ¿Qué no le gusta de nuestros servicios?
4. ¿Qué cambiaría en caso de poder hacerlo?

Nota: Para completar este formulario debe trasladar los nichos del F-T4-01: Ejemplo de Segmentación de Mercado

Anexo 30. Formulario F- H4-03



Traducción de las Necesidades del Cliente (F-H4-03)



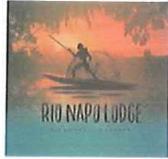
Traducción de las Necesidades del Cliente "QUEs" en Especificaciones de Diseño "COMOs"

Nicho: Familiar

Especificaciones de Diseño "COMOs"		1º Como	2º Como	3º Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	1º Que Atención personalizada	Atención con personal especializado	Ambiente agradable limpieza, orden en todos los puntos de contacto con el cliente	Mejorar la imagen personal de los colaboradores(uniforme, distintivo con nombre de la persona
	2º Que Habitaciones confortables	Calidad en todo nuestros productos ofertados	Área de estacionamiento y balcones , aire acondicionado	Capacitación continua
	3º Que Calidad en el servicio	Rapidez en el servicio	Servicios tecnológicos para los huéspedes	Gastronomía mejorar o variar ofertas
	4º Que Mejorar la calidad en la recepción del alojamiento	Calidad en los artículos en los amenites	aire acondicionado, baños modernos,	Brindar información de los principales atractivos turísticos del destino

Nota: Para completar este formulario debe trasladar los QUE del F-H4-02: Análisis e las Necesidades del Nicho seleccionado

Anexo 31. Formulario F-H4-04



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



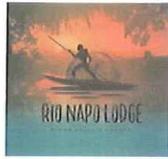
POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 31/07/2017
 Nombre: Mattias Camboza Sexo: M F
 Email: mattt-laboa@hotmail.com Edad: 16
 Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro
 Cliente: Habitual Esporádico
 Como nos conoció: Web | Redes sociales |
 Folletería | Recomendación | Otro: _____

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Habitaciones más cómodas para personas de la tercera edad.



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: Quito, 31 de julio 2018

Nombre: Luz Marina Gamboa Escobar Sexo: M F

Email: luzmita_g@hotmail.com Edad: 50 años

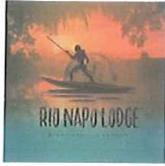
Tipo de Viaje: Negocios Turismo Otro Cliente: Habitual Esporádico

Como nos conoció: Web Redes sociales Folletería Recomendación Otro: _____

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Una habitación para personas con discapacidad



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Micho McCandless Fecha: 31-7-19
Sexo: M F
Email: mmccandless@ec@yahoo.com Edad: 60
Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro Cliente: Habitual Esporádico
Como nos conoció: Web | Redes sociales | llame # por rotulo en puerto Misahalli
Folletería | Recomendación | Otro: _____

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		
¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?					



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 4-7-19

Nombre: GABRIEL PAEZ

Sexo: M F

Email: LEISON.GABRIEL.PAEZ@GMAIL.COM

Edad: _____

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Cilente: Habitual Esporádico

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | | No <input type="checkbox"/> | | |

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar? MAS CABANAS



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)

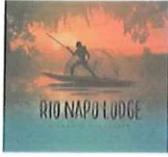


POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Alexandre Fecha: _____
Email: fernandesonito@yahoo.com.br Sexo: M F
Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro br Edad: _____
Como nos conoció: Web | Redes sociales | Cliente: Habitual Esporádico
Folletería | Recomendación | Otro: _____

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No	<input type="checkbox"/>	

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 1.08.19

Nombre: Nikolai von Witzke Sexo: M F

Email: nikolai.v.witzke@googlemail.com Edad: 23

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro Cliente: Habitual Esporádico

Como nos conoció: Web | Redes sociales |
Folletería | Recomendación | Otro: Agencia de viaje

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>			
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>				
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?		<input checked="" type="checkbox"/>			
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 02/08/2019

Nombre: Carlos Santillán Sexo: M F

Email: carlos.erin54@hotmail.com Edad: 23

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

Cliente: Habitual Esporádico

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	SI <input checked="" type="checkbox"/>		No	<input type="checkbox"/>	

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Isaura Moraes

Email: isauritamara@alpacas.com.br

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Como nos conoció Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

Fecha: 02/08/2019

Sexo: M F

Edad: 34 años

Cliente: Habitual Esporádico

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Maló
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Sí <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

la ducha, as vezes não acalienta.



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Paulina Brito
Email: pau_brito@hotmail.com
Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro
Como nos conoció: Web | Redes sociales |
Folletería | Recomendación | Otro: _____

Fecha: 02/08/2019
Sexo: M F
Edad: 32 años
Cliente: Habitual Esporádico

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> | | | |
- ¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS
SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Carlos R. SILVA S

Email : _____

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

Fecha:

04/08/2019

Sexo:

M F

Edad:

53 años

Cliente:

Habitual Esporádico

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> | | | |

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Salva Mehra

Email: mehra1969@gmail.com

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

Fecha: 4/8/19

Sexo: M F

Edad: 21

Cliente: Habitual Esporádico

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | | No <input type="checkbox"/> | | |

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

El agua caliente no estaba caliente por más de ~ 5 minutos
Desayuno estaba muy bueno 😊



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: MILTON ZAPATA
Email: m.f.zapata@hotmail.com

Fecha: 7/Ago/2019

Sexo: M F

Edad: 56

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Cliente: Habitual Esporádico

Como nos conoció: Web | Redes sociales

Folletería | Recomendación | Otro: _____

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | SI <input checked="" type="checkbox"/> | | No <input type="checkbox"/> | | |

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS
SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: XAVIER DALMAU

Email : xdalmau28@yahoo.com

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Como nos conoció: Web | Redes sociales | por booking

Folletería | Recomendación | Otro: _____

Fecha: 07/08/2019

Sexo: M F

Edad: 56 años

Cliente: Habitual Esporádico

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> | | | |
- ¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 7.8.2019
Nombre: Roland Tellenbach Sexo: M F
Email: rtellenbach@swissonline.ch Edad: 53
Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro
Como nos conoció: Web | Redes sociales |
Folletería | Recomendación | Otro: _____
Cliente: Habitual Esporádico

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>	!	No <input type="checkbox"/>		

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 08-08-2019

Nombre: Gladys Jumbo

Sexo: M F

Email: gladysmar.s@hotmail.es

Edad: 45

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Cliente: Habitual Esporádico

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ¿Volvería a elegirnos?	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Continuar así con esta buena atención q' recibí por parte vuestra.



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Fecha: 9 Agosto 2019

Nombre: José María

Sexo: M F

Email: sanpablo@graci.com

Edad: 41

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Cliente: Habitual Esporádico

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: Página hoteles

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | | No <input type="checkbox"/> | | |

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?
Agradecemos especial a Oswaldo y Gregorio.
Gracias!



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



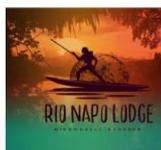
POR FAVOR, AYUDEMOS A MEJORAR NUESTROS SERVICIOS. SU PALABRA NOS IMPORTA.

Nombre: Karina Andrade Fecha: 11-08-2019
Email: renandradet@hotmail.com Sexo: M F
Edad: 42
Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro
Como nos conoció: Web | Redes sociales |
Folletería | Recomendación | Otro: _____
Cliente: Habitual Esporádico

- | | Excelente | Muy Bueno | Bueno | Regular | Malo |
|--|--|-----------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) ¿Los precios están acordes con los servicios? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) ¿Volvería a elegirnos? | Si <input checked="" type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> | | | |

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Anexo 32. Formulario F-H4-05



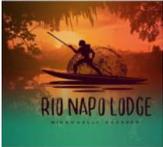
Evaluación Competitiva (F-T4-05)



Aspectos valorados por el cliente. (Colocar en Orden de Importancia)	A. Importancia relativa para el cliente					B. Qué tan bien cubrimos el aspecto valorado por el cliente.					Evaluación de la competencia			
	1	2	3	4	5	Calificación	1	2	3	4	5	Nosotros	Restaurante el jardín	Sinchi warmi
Primer Aspecto					X	Nosotros				X		20		
Servicio						Competidor A				X			20	
						Competidor B				X				
Segundo Aspecto				X		Nosotros				X		16		
Rapidez						Competidor A				X			16	
						Competidor B				X				
Tercer Aspecto					X	Nosotros					X	25		
Ubicación						Competidor A			X				15	
						Competidor B			X					
Cuarto Aspecto						Nosotros					X	25		
Accesibilidad						Competidor A					X		25	
						Competidor B					X			
Quinto Aspecto				X		Nosotros					X	20		
Resolución de quejas						Competidor A				X			16	
						Competidor B				X				
Para mejorar, hay que considerar donde enfocar los esfuerzos en función de A y B.											Suma	106	92	92
Nota 1. En un Hotel o Restaurante, los aspectos podrán ser: Calidad, Servicio, Rapidez, Ubicación, Ambiente, Tranquilidad, Postura de Atención														
Nota 2. La importancia relativa y la calificación de nuestra capacidad para cubrir el elemento a satisfacción del cliente, tienen una escala de 1 a 5. Siendo 1 el de menor impacto y 5 el de mayor.														

Nota: El primer aspecto "calidad" es a modo de ejemplo

Anexo 33. Formulario F-H4-06



Definición de Valor Agregado (F-H4-06)



Considerar	Redactar cuales serán los aspectos diferenciales del servicio ofrecido en cada ítem
Calidad	Implementación del SIGO como Política de la Empresa
Atención	Atendido por sus propios dueños y personal altamente calificado
Ubicación	Ubicado en puerto Misahualli, cruzando el puente del Rio Napo a 50 metros
Accesibilidad	Cuenta con una carretera amplia y señalización claramente visible
Precio	Son precios accesibles
Resolución de Quejas	Tomamos las quejas como una oportunidad de mejorar, ofrecemos varias posibilidades de solución, esto permite que el cliente pueda optar por la que considere más conveniente, siendo realistas y honestos.
Otros	Servicios que ofrece nuestro establecimiento: Hospedaje Alimentación Piscina Parquero WIFI Sala de eventos

Nota: Para completar este formulario puede considerar los aspectos expuestos o bien colocar los que ha utilizado en el F-H4-05: Evaluación Competitiva.
Lo completado es a modo de ejemplo.

Anexo 34. Formulario F-H5-01

<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <p>Logo de la empresa</p> </div>	<h3>Gestión de Reclamos y Quejas</h3> <p>(F-H5-01)</p>	 <p>SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR</p>
Fecha:	Área de la empresa:	Formulario N°
Agradecemos nos describa la situación		
Datos del cliente		
Nombre y apellido		
Teléfono:		
E-mail:		
Dirección/Código Postal:		
PARA USO DEL PERSONAL		
Nombre del empleado:		
Puesto:		
Observaciones:		
Derivado a:		
FIRMA DEL EMPLEADO		FIRMA DEL SUPERIOR
SEGUIMIENTO		
Responsable: Acción: Plazo: Fecha actual: FIRMA		
REVISION		
Grado de cumplimiento de la acción: Contacto con cliente: SI O NO Medio de contacto: Respuesta: Fecha: FIRMA		

Anexo 35. Formulario F-H7-01



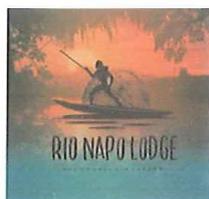
Análisis de Prioridades para la Estandarización (F-H7-01)



Análisis para el establecimiento de prioridades considerando la Frecuencia de Ocurrencia y el Impacto en Resultados

Factores para establecer prioridades Se evalúan 2 factores que afectan los resultados de los procesos. Los de mayor calificación deben ser estandarizados primero	Frecuencia - Raro (1) Ocasional (2) Frecuente (3)	Impacto en Resultados - Bajo (1) Medio (2) Alto (3)	Calificación - Multiplicación de los 2 factores	Acciones a emprender Los procesos o actividades que tengan una calificación alta, son candidatos para ser estandarizados a través de las siguientes acciones:
Elementos Analizados Procesos o actividades del negocio				
1. Administrativo: ventas	3	3	9	Promoción en redes sociales
2. contabilidad	2	2	4	
3. marketing	2	2	4	Promoción en redes sociales
4. equipo de oficina	2	2	4	Instrucciones de uso
5. conocimientos del personal y limpieza	2	2	4	Inducción
6. reglamento interno	2	2	4	Normas

Anexo 36. Formulario F-H7-02



Procedimiento Operativo (F-H7-02)



PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Área de la Empresa: Administrativa

Actividad del Proceso: reglamentó interno

Procedimiento: Normas

Elaboró: Diana Andy ADMINISTRADORA

Aprobó:

Firma:

Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento:

Fecha: 26/06/2019

Versión:

Descripción de la actividad:

Normativa, reglamentación interna de la empresa.

Objetivo del Procedimiento:

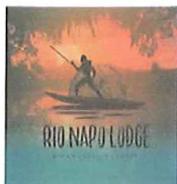
Reglamento interno, mejorar la calidad, la eficiencia la eficacia de la empresa

Registros de revisiones efectuadas a este documento:

Revisión general y en tiempos libres.

Procedimiento

Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso	Indicaciones generales, casos, sucesos, procesos de mejoramiento, indicaciones de mejora de punto de vista en la empresa.
Quién hace la actividad	Los accionistas, la administradora y los trabajadores
Qué y cómo se hace la actividad	Con opiniones e intervenciones en la asamblea general
Cuándo se hace la actividad	Cada 15 días
Dónde se realiza la actividad	Se realiza en las instalaciones de la empresa "Rio Napo Lodge"



Procedimiento Operativo (F-H7-02)



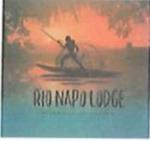
PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Área de la Empresa: operativo		
Actividad del Proceso: limpieza de la oficina, habitaciones, área.	Procedimiento: manual de aseo	
Elaboró: Diana Andy	Aprobó: asamblea	Firma:
Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento:	Fecha: 26/06/2019	Versión:
Descripción de la actividad: Barrer y trapear los pisos. / Vaciar y limpiar los botes de basura. / Limpiar: lavabos , inodoros, pisos, paredes, espejos, ventanas,		
Objetivo del Procedimiento: Garantizar la higiene de la instalación de la empresa		
Registros de revisiones efectuadas a este documento: A diario de lunes a viernes, inclusive los feriados		

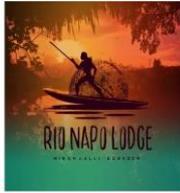
Procedimiento

Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso	Bitácora diaria de las actividades de limpieza
Quién hace la actividad	Personal de limpieza de turno
Qué y cómo se hace la actividad	Con trapeador, baldes, escoba, varias herramientas de limpieza
Cuándo se hace la actividad	Todos los días
Dónde se realiza la actividad	Dentro de la empresa "Río Napo Lodge"

Anexo 37. Formulario F-H9-01

	Política Básica: Misión, Visión y Valores (F-H9-01)	
Política Básica: Misión, Visión, Valores		
1. Defina la Misión de su negocios considerando las siguientes preguntas:		
¿Cuál es nuestro negocio? Hospedaje		
¿Quién es nuestro cliente y donde está? Nacional e internacional		
¿Qué es considerado de valor por el cliente?, ¿Cómo agregamos valor para el cliente? Calidad de atención, atención personalizada, descanso, calidez		
¿Cuál es la razón de ser de nuestra empresa? Recursos, capacidades, brindar un ambiente familiar y acogedor		
El enunciado de misión debe ser corto, preciso, contundente.		
Misión: somos una empresa dedicada al hospedaje que cuenta con talento humano capacitado, brindando hospitalidad, descanso y confort, dentro de un ambiente ecológico y familiar.		
2. Defina la Visión de su negocio considerando las siguientes preguntas:		
¿Cómo ve a su organización dentro de unos años. 3 a 5 años?		
¿Qué logros importantes espera tener en este periodo? Ser una empresa reconocida a nivel local, nacional e internacional		
¿Qué tipo de retos provocarían un esfuerzo colectivo de todos? Obtener certificados		
El enunciado de Visión, debe ser concreto, y representar una Macro Meta que tenga el poder de inspirar al equipo		
Visión: llegar a ser el mejor Lodge dentro de la provincia y país, con talento humano capacitado, haciendo de nuestro establecimiento un ambiente familiar y acogedor.		
3. Defina los Valores del negocio considerando las siguientes preguntas:		
¿Cuáles son los principios que los líderes consideran esenciales?		
¿Qué es lo más valorado dentro del quehacer cotidiano de la empresa?		
¿Qué debe ser respetado dentro de la organización en el camino de lograr la visión y misión de la empresa?		
Honestidad: Significa compostura, decencia y moderación en la persona, acciones y palabras. Colaboración: Significa contribuir con el propio esfuerzo a la consecución o ejecución de algo en lo que trabajo otro u otros. Dignidad: Significa decoro de las personas en la manera de comportarse. Lealtad: Significa el cumplimiento de las leyes de la fidelidad y el honor. Integridad: Significa conjunta, contribuir, entrar a formar parte de un todo. Participación: Intervención de los miembros de un grupo, empresa, en la gestión de la misma con poder decisorio. Responsabilidad: Capacidad u obligación de responder de los actos propios, y en algunos casos de los ajenos. Sinceridad: Veracidad, modo de expresarse libre sin fingimiento.		
El enunciado de los valores limitan y orientan el comportamiento de las personas y deben ser descritos claramente		
Valores: Calidad – Responsabilidad – Perseverancia – Colaboración		

Anexo 38. Formulario F-H9-02

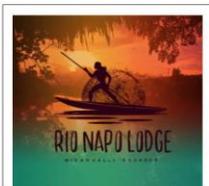


Creación de Matriz FODA (F-H9-02)



MATRIZ FODA					
INTERNAS	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES		EXTERNAS
	A: calidez		A: sitio único, estratégico		
	B: vía en buen estado		B: apoyo del gobierno en la región amazónica		
	C: lugares turísticos cerca		C: visita de extranjeros al país		
	D: aporte y apoyo de accionistas		D: proyectos turísticos		
	E: prestigio y experiencia en el servicio		E: mejora de viabilidad		
	DEBILIDADES		AMENAZAS		
	A: Carencia de personal técnico especializado en ingles		A: rio		
	B: Falta personal técnico especializado en atención al cliente		B: clima		
	C: incremento de competencia		C: deficiente información turística		
D: saturación del servicio a nivel local		D: dependencia de combustible			
E: falta de mantenimiento planificado y continuo.		E: políticas ambientales y de patentes(MAE, BOMBEROS,GAD)			

Anexo 39. Formulario F-G-04



Principales Retos y Acciones Inmediatas de Mejora (F-G-04)

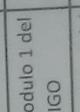
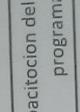
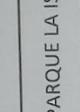
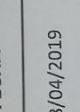
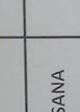
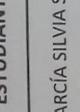


PRINCIPALES RETOS Y ACCIONES INMEDIATAS DE MEJORA

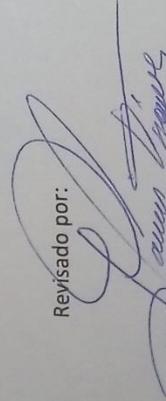
Principales Problemas en mi Negocio	Posibles Acciones de Mejora	Priorizar Acciones de Mejora
A. techo de paja deteriorado toquilla	Cambio de techo de paja toquilla	Siembra de paja toquilla para realizar el cambio en una minga con los socios.
B. 2 habitaciones en deterioro	Remodelación de las habitaciones y cambio de techo de paja toquilla a dura techo.	Remodelación de las habitaciones y cambio de techo de paja toquilla a dura techo.
C. falencia en el idioma inglés.	Aprender el idioma	Recibir voluntarios para que convivan durante 3 meses, mediante la convivencia y clases aprender el idioma.
D. Falencia en el conocimiento de meseros y bartender	Capacitación de meseros y bartender.	Mediante la utilización del Internet, se buscará capacitaciones online.
E. Falta de conocimiento en atención al cliente	Capacitación de atención al cliente	Mediante la utilización del Internet, se buscará capacitaciones online.
F. Puerta principal en deterioro.	Limpieza y pintura	Mediante una minga realizar la limpieza y pintado.
G. fachada en deterioro	Limpieza de la fachada	Mediante una minga se realizará la limpieza de la maleza.
H. Maleza en las áreas verdes del establecimiento	Limpieza de la maleza	Mediante una minga se realizará la limpieza de la maleza.
I. Botes de basura sin rotulo	Ubicación de rótulos en los botes de basura	Mediante una minga se realizará la limpieza de la maleza.
J. Señalética deteriorada	Cambio de señalética	Mediante una minga se realizará el cambio de señalética.
K. Falta de señalética	Ubicación de señalética en puntos estratégicos.	Mediante una minga se realizará la ubicación de señalética en puntos estratégicos.
l. Toallas sin estampado del establecimiento	Estampado del logo del establecimiento en las toallas	Se enviará a estampar a una sastrería.

Anexo 40. Registro de asistencia

**MINISTERIO DE TURISMO
"MINTUR"**

C.I	ESTUDIANTE	FECHA	LUGAR	ACTIVIDAD	FIRMA
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	08/04/2019	PARQUE LA ISLA	Capacitacion del modulo 1 del programa SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	09/04/2019	PARQUE LA ISLA	Capacitacion del modulo 1 del programa SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	25/04/2019	ISTT	Charla introductoria sobre el SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	14/05/2019	PARQUE LA ISLA	Capacitacion del modulo 2 del programa SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	15/05/2019	PARQUE LA ISLA	Capacitacion del modulo 2 del programa SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	17/06/2019	PARQUE LA ISLA	Capacitacion del modulo 3 del programa SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	18/06/2019	PARQUE LA ISLA	Capacitacion del modulo 3 del programa SIGO	
1500967391	YÁNEZ GARCÍA SILVIA SUSANA	02/08/2019	MINTUR	Entrega de folleto SIGO	

Revisado por:



FUNCIONARIO DEL MINTUR

NOMBRE Ing. Glams Vasquez

Anexo 41. Fotográficos

Fotografía #1



Fuente: Ing. Renato Merchán.

Descripción: Inducción referente del programa SIGO por parte del ing. Franklin Tipan técnico capacitador del Ministerio de Turismo.

Fotografía #2 y 3



Fuente: Ing. Renato Merchán.

Descripción: Capacitaciones a los establecimientos turísticos

Fotografía #4



Fuente: Ing. Renato Merchán.

Descripción: Visita técnica Rio Napo Logde

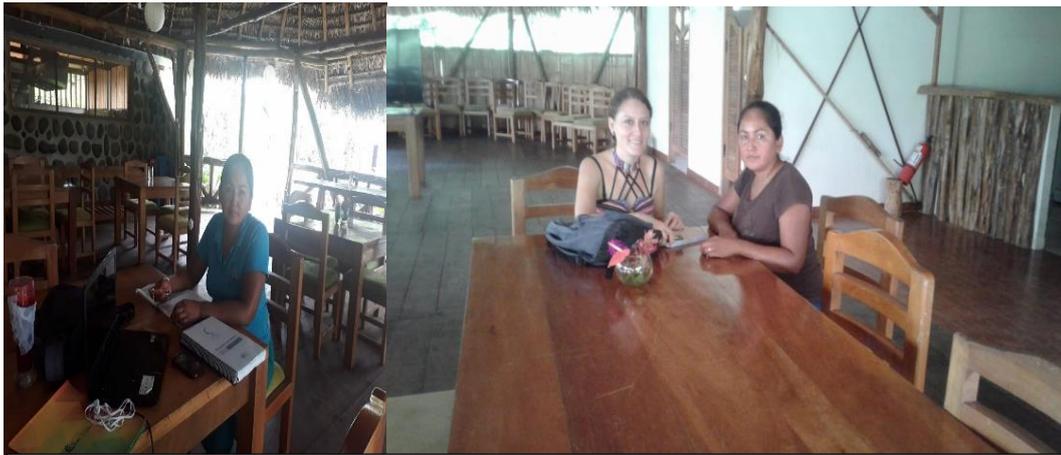
Fotografía #5



Fuente: La autora

Descripción: Primer acercamiento a
Rio Napo Logde

Fotografía #6 y 7



Fuente: La autora

Descripción: Llenado de formularios de SIGO.

Fotografía #8



Fuente: La autora

Descripción: Entrega de folleto de SIGO al Ministerio de turismo.

Fotografía #9



Fuente: La autora

Descripción: entrega de certificación de SIGO.

Fotografía #10



Fuente: Ing. María Fernanda Oñate

Descripción: entrega de certificación de calidad por pare del IST.TENA.

Anexo 42. Evidencia fotográfica de principales y acciones inmediatas de mejora

PRINCIPALES PROBLEMAS



Fuente: la autora

Descripción: Techo de paja toquilla en deterioro.



Fuente: la autora

Descripción: habitaciones en deterioro

Descripción: Falencia en el idioma inglés.

Descripción: Falencia en el conocimiento de meseros y bartender

Descripción: Falta de conocimiento en atención al cliente



Fuente : La autora

Descripción: Puerta principal en deterioro.



Fuente: la autora

Descripción: fachada en deterioro



Fuente: la autora

Descripción: Maleza en las áreas verdes del establecimiento



Fuente: la autora

Descripción: Botes de basura sin rotulo



Fuente: la autora

Descripción: Señalética y base deteriorada.



Fuente: la autora

Descripción: Falta de señalética



Fuente: Diana Andi

Descripción: Toallas sin estampado del establecimiento

ACCIONES CORRECTIVAS



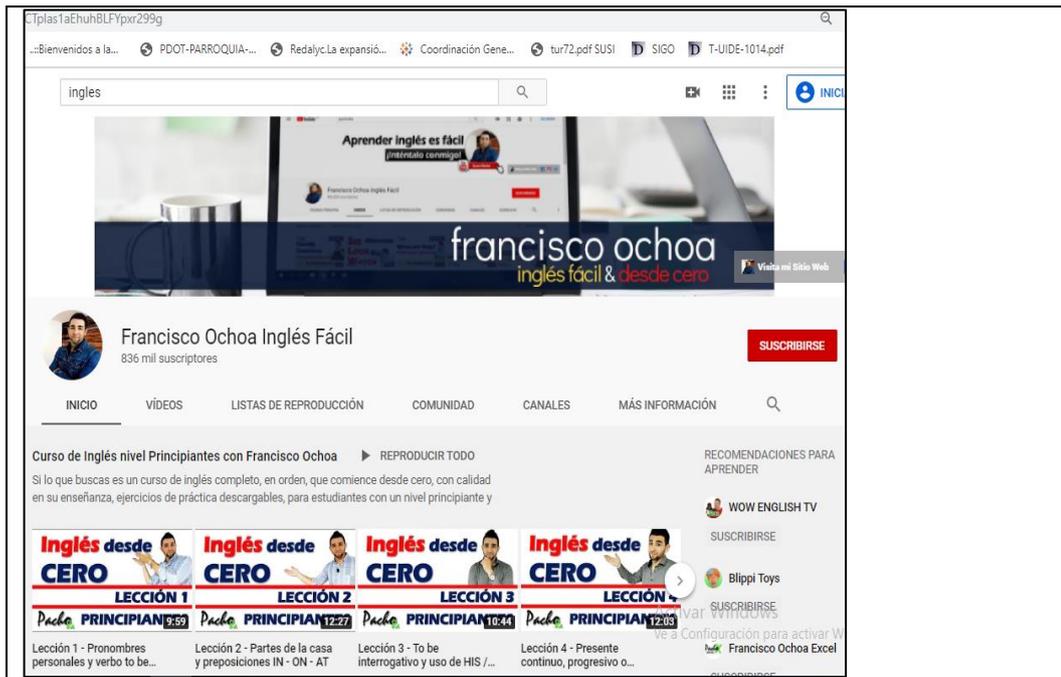
Fuente: la autora

Descripción: Cambio de techo de paja toquilla (a largo plazo)



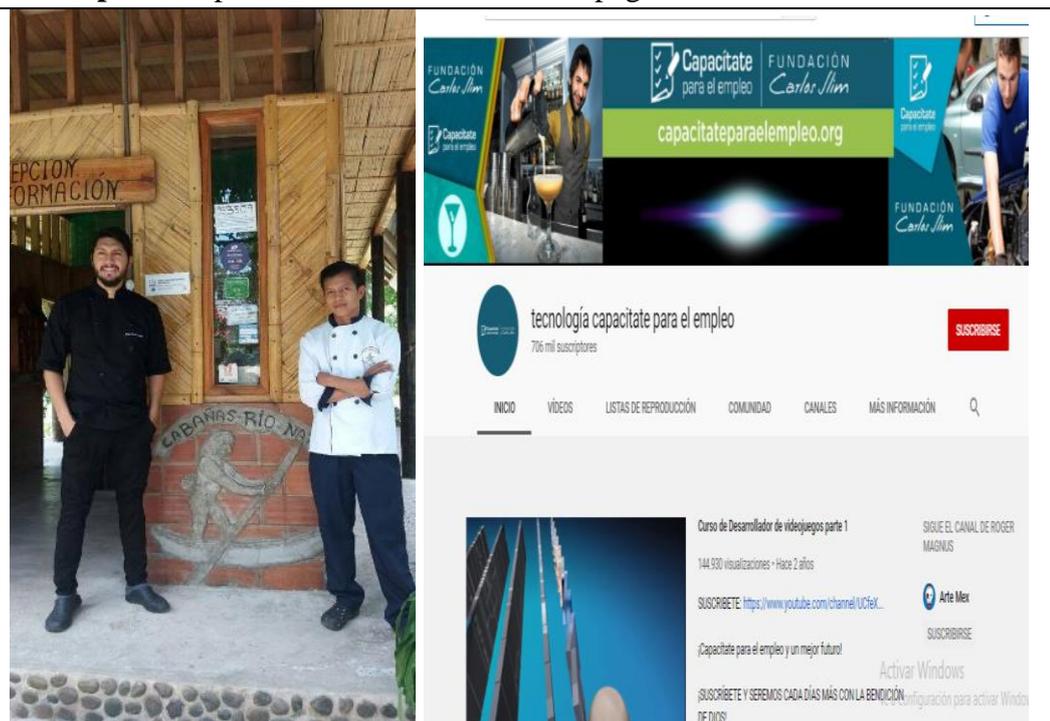
Fuente: la autora

Descripción: Remodelación de las habitaciones y cambio de techo de paja toquilla a dura techo. (a largo plazo)



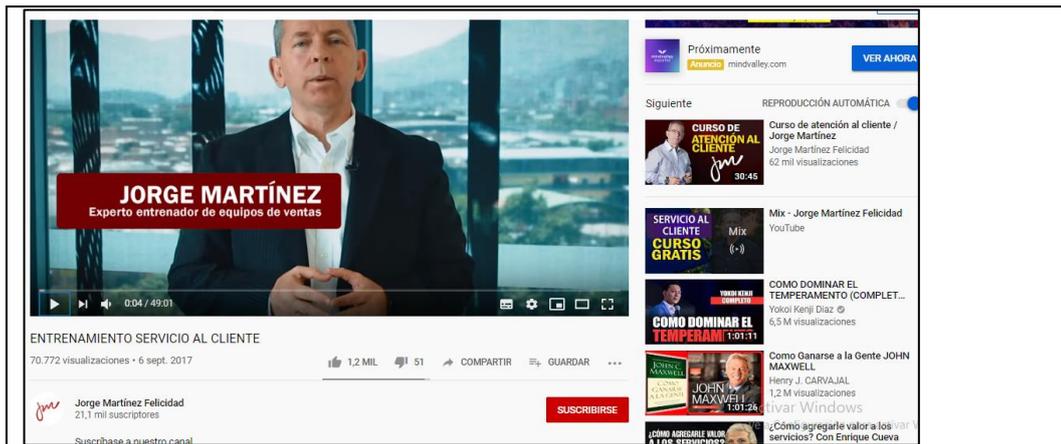
Fuente: YouTube - la autora

Descripción: Aprender el idioma a través de páginas en YouTube



Fuente: Diana Andi - YouTube

Descripción: Capacitación de meseros y bartender, a través de páginas en YouTube y con capacitación de un profesional externo.



Fuente: YouTube - la autora

Descripción: Capacitación de atención al cliente, a través de páginas en YouTube.



Fuente: la autora

Descripción: Mediante una minga realizar la limpieza y pintado.



Fuente: la autora

Descripción: Limpieza de la fachada



Fuente: la autora

Descripción: Limpieza de la maleza



Fuente: la autora

Descripción: Ubicación de rótulos en los botes de basura



Fuente: La autora

Descripción: Cambio de señalética



Fuente: La autora

Descripción: Ubicación de señalética en puntos estratégicos.



Fuente: la autora

Descripción: Estampado del logo del establecimiento en las toallas