

REPÚBLICA DEL ECUADOR

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA



ÁREA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

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

**IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE
GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN EL RESTAURANTE “EL
JARDIN MISAHUALLI”, 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: Patricia Maribel Tanguila Yumbo

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla

Tena - Ecuador

2019

ING. GARY PATRICIO RIVADENEYRA OLALLA
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICA:

Que el presente Trabajo de Titulación titulado “IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN EL RESTAURANTE “EL JARDIN MISAHUALLI”, UBICADO EN EL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DURANTE EL AÑO 2019” desarrollada por Patricia Maribel Tanguila Yumbo, 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 “IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN EL RESTAURANTE “EL JARDIN MISAHUALLI”, 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: Patricia Maribel Tanguila Yumbo, 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;

Lcda. Odra Carolina Guerrero Escalante
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lcda. Iliana Jessenia Villacis Verdesoto
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Hipatia Elizabeth Araujo Mayorga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, Patricia Maribel Tanguila Yumbo, 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 mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA:

PATRICIA MARIBEL TANGUILA YUMBO

CEDULA: 1501075368

FECHA: Tena, 20 de noviembre del 2019

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR

Yo, PATRICIA MARIBEL TANGUILA YUMBO, declaro ser autora del Trabajo de Titulación titulado: **“IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) EN EL RESTAURANTE “EL JARDIN MISAHUALLI”, 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: PATRICIA MARIBEL TANGUILA YUMBO

FIRMA:

CÉDULA: 1501075368.

DIRECCIÓN: Narupa km 24 vía coca.

CORREO ELECTRÓNICO: pattymar91@gmail.com

TELÉFONO: 06288962.

CELULAR: 0995699679.

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Lcda. Odra Carolina Guerrero (Presidente).

Ing. Iliana Jessenia Villacis Verdesoto (Miembro).

Ing. Hipatia Elizabeth Araujo Mayorga (Miembro).

DEDICATORIA

A Dios por dar sus bendiciones sobre mí y llenarme de su fortaleza, para vencer todos los obstáculos de mi vida.

A mis padres Gabriel José y Angelina por el empuje y motivación que me brindan, además del afecto, la comprensión, por ser mi soporte absoluto en cada momento de mi vida y sobre todo en mis estudios.

A mí querido hijo Yonayker por ser mi principal motivación e inspiración, para lograr superarme todos los días y conseguir un mejor futuro para nosotros.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme tener y disfrutar de mi familia.

Agradezco infinitivamente a mis padres, hermanas(os) y a mi hijo, por permitirme seguir con mis sueños y empujarme a cumplirlos.

Al Instituto Superior Tecnológico Tena por haberme permitido ser parte de su alumnado y también a los diferentes docentes quienes me brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante con este sueño tan anhelado de superación académica.

A mi director de tesis el Ing. Gary Rivadeneyra por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

A la Ing. María Fernanda Oñate Coordinadora de la carrera de turismo, por su infinita amabilidad y apoyo durante mi paso como alumna de la institución.

A mis compañeros de clase, con los que he compartido grandes momentos, por lograr nuestros objetivos y a mi amiga Marilis Yáñez por estar siempre apoyándome durante el desarrollo de mi tesis, por ser mi guía fundamental.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁG.
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
INDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
A. TÍTULO	xvi
B. RESUMEN	xvii
C. INTRODUCCIÓN	1
D. REVISIÓN DE LITERATURA	2
4.1. Establecimiento turístico de alimentos y bebidas.....	2
4.1.1. Restaurante	2
4.1.2. Procesos en restaurante.....	3
4.2. Calidad.....	3
4.2.1. Técnicas de calidad del servicio	4
4.2.2. El valor percibido de la calidad	7
4.3. Servicio al cliente	8
4.4. Motivación ligada a la implementación de programas de calidad.....	8

4.5.	El programa SIGO para un servicio de calidad	8
4.6.	Marco legal.....	10
4.7.	Marco conceptual	13
E.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	16
5.1.	Materiales	16
5.1.1.	Equipos	16
5.1.2.	Herramientas.....	16
5.1.3.	Insumos	16
5.2.	Métodos	16
5.2.1.	Ubicación del área de estudio.....	16
5.2.2.	Ubicación política.....	17
5.2.3.	Ubicación geográfica.....	18
5.3.	Aspectos biofísicos y climáticos.....	19
5.3.1.	Aspectos biofísicos	19
5.3.2.	Aspectos climáticos	27
5.4.	Tipo de investigación.	28
5.5.	Conocer la situación actual en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”.	29
5.5.1.	Diagnóstico situacional	29
5.5.2.	Realizar el 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 el restaurante “El Jardín Misahuallí”.	29
5.6.1.	Procesos en la implementación del programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional)	29

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 Restaurante “El Jardín Misahuallí”.	33
F.	RESULTADOS.....	34
6.1.	Conocer la situación actual en el restaurante “El Jardín Misahuallí”.....	34
6.1.1.	Diagnóstico situacional	34
6.1.2.	Realizar el diagnóstico de resultados.....	38
6.1.3.	Realizar el diagnóstico de la estructura financiera.	39
6.2.	Aplicar la metodología del Sistema de Gestión Organizacional (SIGO) en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”.	41
6.2.1.	Procesos en la Implementación del Programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional).	41
6.2.2.	Módulo 1: calidad personal.	46
6.2.3.	Módulo 2: enfoque en el cliente.	52
6.2.4.	Módulo 3: gestión de la rutina y la mejora.....	60
6.3.	Elaboración de un plan de acciones correctivas para el restaurante “El Jardín Misahuallí”.	64
G.	CONCLUSIONES.....	65
H.	RECOMENDACIONES.....	66
I.	BIBLIOGRAFÍA.....	67
J.	ANEXOS.....	69

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Niveles de superficies estructurales.	20
Cuadro 2. Especies de flora.....	24
Cuadro 3. Especies de flora endémicas en peligro “Cantón Tena”.....	25
Cuadro 4. Fauna	25
Cuadro 5. Especies endémicas registradas en el cantón Tena	26
Cuadro 6. Aves.....	26
Cuadro 7. Especies de aves y herpetofauna amenazadas en el cantón Tena.....	27
Cuadro 8. Descripción de recursos naturales bajo presión o degradados.	27
Cuadro 9. Descripción de información climática.....	28
Cuadro 10. Diagnóstico de la estructura financiera.	39
Cuadro 11. Sistema QQCC	48
Cuadro 12. Diagnóstico de puesto	48
Cuadro 13. Segmentación del mercado.....	52
Cuadro 14. Análisis de necesidades del nicho seleccionado.....	53
Cuadro 15. Traducción de las necesidades del cliente “nicho familia”	53
Cuadro 16. Traducción de las necesidades del cliente “nicho tercera edad”	54
Cuadro 18. Traducción de las necesidades del cliente “turismo de negocio”	55
Cuadro 19. Evaluación competitiva.	57
Cuadro 20. Definición de valor agregado	58
Cuadro 21. Canales de Venta.	58
Cuadro 22. Acciones para fidelizar a los clientes.	60
Cuadro 23. Prioridades para la estandarización	61
Cuadro 24. Procedimiento operativo I	61
Cuadro 25. Matriz "FODA"	63
Cuadro 26. Política básica.....	63
Cuadro 27. Plan de acciones correctivas.....	64

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Unidades geomorfológicas.....	20
Tabla 2. Uso y cobertura del suelo.....	22
Tabla 3. Análisis comparativo de cobertura y uso de suelo.....	23
Tabla 4. Descripción de información climática	24
Tabla 5. Resumen de la puntuación obtenida.....	34
Tabla 6. Diagnóstico de resultados.	38
Tabla 7. Sesiones de capacitación.....	41
Tabla 8. Visitas de asesoría técnica.....	42
Tabla 9. Cronograma de responsabilidad.....	43
Tabla 10. Matriz de asignación de responsabilidades.....	47
Tabla 11. Datos de los encuestados.....	55
Tabla 12. Encuestas de satisfacción	55
Tabla 13. Evaluación competitiva.....	57
Tabla 14. Procedimiento operativo II.....	62
Tabla 15. Procedimiento operativo III	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos 1. Método 5S	31
Gráficos 2. Calidad personal	35
Gráficos 3. Enfoque en el cliente	36
Gráficos 4. Gestión de la rutina y la mejora.....	37
Gráficos 5. Diagnóstico situacional	37
Gráficos 6. Diagnóstico de resultados.....	38
Gráficos 7. Diagnóstico de la estructura financiera	40
Gráficos 8. Oportunidad de mejora.....	40
Gráficos 9. Encuesta de satisfacción I.....	56
Gráficos 10. Encuesta de satisfacción II.	56

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación del área de estudio	17
Ilustración 2. Ubicación política parroquia Misahuallí.....	18
Ilustración 3. Ubicación geográfica parroquia Misahualli.....	19

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formulario F-G-01	69
Anexo 2. Formulario F-G-02	75
Anexo 3. Formulario F-G-03	77
Anexo 4. Formulario F-H1-01	78
Anexo 5. Formulario F-H1-02	85
Anexo 6. Formulario F-H1-03	86
Anexo 7. Formulario F-H2-01	87
Anexo 8. Formulario F-H4-01	88
Anexo 9. Formulario F-H4-02	89
Anexo 10. Formulario F- H4-03	90
Anexo 11. Formulario F-H4-04	91
Anexo 12. Formulario F-H4-05	92
Anexo 13. Formulario F-H4-06	93
Anexo 14. Formulario F-H5-01	94
Anexo 15. Formulario F-H7-01	95
Anexo 16. Formulario F-H7-02	96
Anexo 17. Formulario F-H9-02	97
Anexo 18. Formulario F-H9-01	98
Anexo 19. Lista de verificación (F-G-01).....	99
Anexo 20. Diagnóstico de resultados(F-G-02)	103
Anexo 21. Diagnóstico de la estructura financiera (F-G-03).....	104
Anexo 22. Cronograma de Implementación del Sistema SIGO y Entregables (F-H1-01)	105
Anexo 23. Matriz de asignación de responsabilidades (F-H1-02).....	108
Anexo 24. Sistema QQCC(F-H1-03).....	109
Anexo 25. Diagnóstico de puesto(F-H2-01)	110
Anexo 26. Segmentación del mercado (F-H4-01)	114
Anexo 27. Análisis de necesidades del nicho seleccionado (F-H4-02)	115
Anexo 28. Traducción de las necesidades del cliente(F-H4-03).....	116
Anexo 29. Encuesta de satisfacción (F-H4-04).....	118
Anexo 30. Evaluación competitiva (F-H4-05).....	122
Anexo 31. Definición de valor agregado (F-H4-06).....	123

Anexo 32. Gestión de reclamos y quejas (F-H5-01).....	124
Anexo 33. Análisis de prioridades para la estandarización (F-H7-01)	125
Anexo 34. Procedimiento operativo (F-H7-02)	126
Anexo 35. Política básica: misión, visión y valores (F-H9-01)	129
Anexo 36. Creación de Matriz FODA	130
Anexo 37. Registro fotográfico de los principales retos y acciones inmediatas de mejora.....	131

A. TÍTULO

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

B. RESUMEN

El restaurante El Jardín Misahuallí fue considerado para la implementación del programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), debido a que la empresa no cuenta con distintivos que valoren la calidad del servicio. Durante la ejecución del programa se efectuó un diagnóstico situacional de la empresa obteniendo una ponderación de 75 puntos sobre 100; el segundo objetivo consistió en aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) con la asesoría del Ministerio de Turismo se realizaron 6 capacitaciones con los propietarios, 8 asesorías técnicas al establecimiento en las cuales se expuso los contenidos del manual SIGO y el manejo de los formularios, para finalizar se aplicó el tercer objetivo que consistía en una propuesta de un plan de acción, compuesto por 7 acciones correctivas, cumpliéndose en un 100% denotando la buena predisposición de los administradores del establecimiento.

Palabras Clave: Gestión organizacional, calidad de servicio, turismo, establecimiento turístico.

ABSTRACT

The Jardín Misahuallí restaurant was considered for the implementation of the Initial Organizational Management System (SIGO, by their acronyms in Spanish) program, because the company does not have badges that assess the quality of service. During the execution of the program a situational diagnosis of the company was made obtaining a weighting of 75 points out of 100; The second objective was to apply the methodology of the Initial Organizational Management System (SIGO) with the advice of the Ministry of Tourism, 6 training sessions were carried out with the owners, 8 technical consultations to the establishment in which the contents of the SIGO manual and management were exposed. of the forms, to finish the third objective that consisted of a proposal of an action plan, composed of 7 corrective actions, 100% being fulfilled denoting the good predisposition of the administrators of the establishment.

Keywords: Organizational management, service quality, tourism, tourist establishment.

Reviewed by

BA. Gissela Solórzano Intriago

C.C. 1313303941

Coordinator of English Center IST Tena

C. INTRODUCCIÓN

El restaurante “El Jardín Misahuallí”, está ubicado en Puerto Misahuallí, la localidad cuenta con una población de 5393 habitantes (datos recogidos por el censo de 2010) además está rodeado de bosques húmedos que son el hábitat de monos capuchinos y de amplia biodiversidad, se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Tena capital de la provincia de Napo.

La implementación del presente proyecto tiene como objetivo la adquisición del distintivo (SIGO) cambiar los estándares en los procesos y mejorar la calidad en los servicios dentro de la empresa, además de participar en un programa de alto impacto a nivel nacional, el cual nos llenará de conocimientos y experiencia sobre el tema.

La ejecución del programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) con sesiones de capacitación, visitas de asesorías técnicas individuales para dar cumplimiento a cada una de las herramientas, las cuales son tres: calidad personal – enfoque en el cliente - gestión de la rutina y la mejora, los mismos cuentan con nueve herramientas en total y varios formularios los mismos mediante una entrevista serán llenados.

El objetivo general del actual trabajo es implementar el Sistema de Gestión Organizacional (SIGO) en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”, 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 en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”, b) Aplicar la metodología del Sistema de Gestión Organizacional (SIGO) en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”, c) Elaborar un plan de acciones correctivas para el Restaurante “El Jardín Misahuallí”.

D. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Establecimiento turístico de alimentos y bebidas.

Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo y que cumplen con los parámetros determinados en el presente reglamento y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo (Ponce de León Román, 2018).

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca

Según lo expuesto anteriormente los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas tienen parámetros, reglas y obligaciones para denominarse como tal a nivel turístico.

4.1.1. Restaurante

Son establecimientos donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio (Ponce de León Román, 2018).

La restauración, como cualquier otro sector, se ha ido transformando según las exigencias del mundo circundante y de los propios clientes, hacia normas y procedimientos que facilitan mejor los procesos durante el desenvolvimiento del servicio. (Del Toro, 2016).

Como lo menciona en el párrafo anterior, los restaurantes pueden ejercer más funciones que solo el expendio de comida, debido a la amplitud de sus actividades también se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas, demostrando así la diferencia de que existe entre la categorización de los diferentes establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas.

4.1.2. Procesos en restaurante

Para poder comprender de mejor manera el tema partiremos por saber que, los procesos son conjuntos de actividades a la cual se somete un producto para poder transformarlo o elaborarlo, como lo menciona (Toapanta Lema, 2017) “Se establece como el conjunto de actividades interrelacionados para transformarlos en elementos de entradas a productos de salida de esta forma en los restaurantes se realiza procesos de elaboración de comida”. De este modo podemos decir que los procesos en los restaurantes son múltiples ya que no solo se basa en la elaboración de los alimentos sino en todos los procesos que se llevan a cabo antes de la elaboración de los mismos y después de la misma.

4.2. Calidad

La sociedad americana para el control de la calidad (A.S.Q.), define la calidad como el conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente (Enríquez Hidalgo, 2018).

La norma (ISO 9000:2005), plantea que calidad “es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas u obligatorias” (Enríquez Hidalgo, 2018).

La Norma internacional ISO 9000, indica que calidad es la totalidad de las características de una entidad (proceso, producto, organismo, sistema o persona) que le confieren aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas. (Enríquez Hidalgo, 2018).

La calidad es una herramienta para mantenernos atentos a los cambios y permitarnos adaptarnos continuamente (Wagner, 2014) citado por (Enríquez Hidalgo, 2018).

La calidad es el nivel de excelencia que una empresa o institución debe alcanzar para satisfacer a su clientela, se trata del cumplimiento de diferentes lineamientos o parámetros; la medida en que se logra dicha calidad depende de la percepción de cada cliente (Enríquez Hidalgo, 2018).

En síntesis, la calidad es un conjunto de propiedades inherentes que nos permiten valorarla y caracterizarla logrando de ese modo la diferenciación dentro de un proceso, servicio o producto, mintiéndonos atentos a los cambios que se logran a través de este.

4.2.1. Técnicas de calidad del servicio

Según Sangüesa, Mateo e Ilzarbe (2006) citado por (Suárez Bazalar, 2016) se presentan nueve técnicas aplicadas a la calidad del servicio.

a) Técnica de las viñetas

Esta técnica se emplea para diseñar una nueva prestación y permite decidir la combinación ideal de características para el servicio.

Los pasos para desarrollar la viñeta son:

- Elaborar la idea básica del nuevo servicio.
- Determinar el grupo destinatario.
- Elaborar las características importantes mediante una encuesta abierta.
- Elaborar las posibles variaciones de las características.
- Visualizar las características y sus variaciones.
- Producir las viñetas y combinaciones posibles.
- Ejecutar la encuesta principal sobre la valoración.
- Concluir sobre las viñetas favoritas de los clientes.

Las técnicas y pasos para desarrollar el diseño, es elaborar la idea básica del nuevo servicio, producir las viñetas y combinaciones posibles, concluir las favoritas de los clientes.

b) Blueprinting

Esta herramienta se emplea en el diseño de nuevo servicio y la mejora de estos. Es una técnica equivalente a los diagramas de flujo, pero específica para la descripción de los servicios. Cuenta con seis fases para su desarrollo:

- Establecer los límites del sistema: facilita la visualización del proceso, para ello es necesario identificar los puntos esenciales del servicio estudiado.
- Representación gráfica del desarrollo del proceso: Fase para la representación gráfica del proceso.
- Identificación de fallos: Una vez efectuada la fase anterior, se procede a buscar las posibles fuentes de fallos considerando el punto de vista de los clientes.
- Medidas para evitar los fallos: se trata de encontrar las medidas adecuadas para evitar los fallos.
- Determinar el marco cronológico: el tiempo es un factor esencial para la ejecución de los pasos de un servicio, por esta razón es importante tomar en cuenta del tiempo máximo que un cliente aceptará (Suárez Bazalar, 2016).
- Blueprinting: Es una técnica equivalente a los diagramas de flujo para la mejora de servicio proceder un proceso para identificar la ejecución de servicio.

c) Método secuencial de incidentes

Permite recabar información para tener una visión del conjunto de un proceso por parte del cliente, así se podrá conocer en profundidad cada una de las etapas de este. Para obtener dicha información se determinan las etapas del proceso en estudio

y se recogen los comentarios de los clientes (favorables y desfavorables para cada etapa del proceso). De esta manera se representa gráficamente las etapas del proceso y debajo de cada una se colocan los comentarios del cliente (Suárez Bazalar, 2016).

Métodos incidentes se procede obtener una información de estudios y se verifica los comentarios de los clientes favorables y desfavorables para cada etapa del proceso

d) Encuesta a los clientes

Nos permite recabar información sobre la satisfacción de los clientes e incluso deja libertad para que el cliente exprese textualmente su percepción sobre el servicio prestado (González Menorca, González Menorca, Juaneda Ayensa, & Pelegrín Borondo, 2014). Es importante considerar el propósito de la encuesta y las siguientes normas:

- El vocabulario y la sintaxis transmitirán las ideas de forma clara.
- El lenguaje deberá adaptarse al grupo de personas al que va dirigida, sin léxicos incomprensibles.
- Las preguntas estarán redactadas adaptándose al nivel de información que posean los entrevistados.
- Se evitará redactar preguntas incómodas al encuestado.
- Se evitará la redacción de preguntas que insinúen una respuesta concreta.
- Cada pregunta se centrará en un concepto o idea.
- Los grupos de preguntas realizadas sobre un concepto concreto se realizarán de manera consecutiva.

Para grupos de preguntas que busquen respuestas concretas, se empleará el efecto embudo (preguntando de manera general y luego específica) (Suárez Bazalar, 2016).

En conclusión, de todo lo leído podemos mencionar que las técnicas y pasos para desarrollar la viñeta son elaborar la idea básica del nuevo servicio, producir las viñetas y combinaciones posibles, concluir las favoritas de los clientes. Además el

Blueprinting es una técnica equivalente a los diagramas de flujo para la mejora de servicio proceder un proceso para identificar la ejecución de servicio y los métodos incidentes se procede obtener una información de estudios y se verifica los comentarios de los clientes favorables y desfavorables para cada etapa del proceso y por ultimo las encuestas permiten tener la información de los clientes y que exprese textualmente su percepción sobre el servicio.

4.2.2. El valor percibido de la calidad

La evolución del concepto de calidad de servicio se centra inicialmente en la adaptación y cumplimiento de las especificaciones de productos tangibles establecidas por el fabricante. Posteriormente pasa a un enfoque basado en el consumidor y a su nivel de satisfacción durante la prestación del servicio, en el cual la calidad es lo que los clientes perciben que es, en consecuencia, son ellos los que determinan si el producto o servicio consumido es o no de calidad. De esta manera, la calidad pasa de un concepto objetivo a un concepto subjetivo (Bigné & Andreu, 2000; Solís, Hernández & Pastor, 2014). Citado por (Solís-Radilla, Hernández Lobato, & Villagómez Méndez, 2016).

Varios estudios toman la calidad percibida como el antecedente directo de valor, el cual a su vez ejerce una fuerte influencia en la satisfacción del cliente, lo que contribuye en la explicación del comportamiento de repetición de la compra y la fidelidad (Patterson & Spreng, 1997). Se considera que la calidad percibida resultante de la interacción entre el cliente y el proveedor puede ser interpretada en términos de valor acumulado (Gummesson, 1987). Es decir, que la calidad ha sido considerada en términos de beneficios percibidos y costes de la transacción, por lo que un nivel alto de calidad en el producto o servicio representa beneficios para el consumidor, contrariamente, si la calidad percibida es baja, representa un coste y en consecuencia una disminución del valor percibido (Chen & Dubinsky, 2003) Citado por (Solís-Radilla, Hernández Lobato, & Villagómez Méndez, 2016).

Según los datos leídos anteriormente podemos decir que el valor de calidad está basado en el consumidor y a su nivel de satisfacción durante la prestación del servicio para una mayor interacción entre el cliente y el proveedor.

4.3. Servicio al cliente

Actualmente es de gran importancia debido a la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y la trascendencia que dicha prestación tiene como elemento importante en la diferenciación de los negocios, así la asistencia al cliente se convierte en pilar fundamental de subsistencia de las instituciones en el mercado (Wellington, 1997) sostiene que la atención al cliente “son aquellos elementos que se debe entregar de acuerdo a las necesidades del cliente” (Salazar Yépez & Cabrera Vallejo, 2016).

El cliente es aquella persona u organización que adquiere o compra, es el motivo principal por el que se crea, produce, fabrica y comercializa productos y servicios, “el cliente es el rey” (Kotler, 1989). Citado por (Salazar Yépez & Cabrera Vallejo, 2016).

4.4. Motivación ligada a la implementación de programas de calidad

La motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo (Huilocapi Masacon, Jácome Lara, & Castro López, 2017).

Son las actitudes que dirigen el comportamiento de una persona hacia el trabajo y lo apartan de la recreación y otras esferas de la vida (Huilocapi Masacon, Jácome Lara, & Castro López, 2017).

4.5. El Programa SIGO para un servicio de calidad

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 asesores.

El Ministerio de Turismo del Ecuador desea apoyar la dirección de los negocios, hacia la apropiación de sistemas de gestión y estándares de calidad. Todo ello, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos, y alcanzar una mayor rentabilidad y competitividad.

A través de la implementación del SIGO ECUADOR se puede mejorar y/o resolver los siguientes aspectos básicos de la operación de su empresa:

Crear las condiciones necesarias para que el personal libere su potencial y realice contribuciones significativas, impulsando a la empresa a alcanzar y mantener su nivel de competitividad.

Aplicar un modelo que permita a la empresa un direccionamiento claro y un conocimiento amplio sobre lo que esperan sus clientes; promoviendo una adecuada planificación y la definición de objetivos claros para todos los que colaboran.

Crear una metodología para resolver los problemas operativos, favorecer la integración y evitar el desperdicio.

Conocer la situación del entorno y de la condición interna, mediante la construcción de indicadores que sirvan de guía y permitan alinear los diferentes tipos de mediciones que cada área tiene; e integrarlos en un sistema de información, para tomar las decisiones adecuadas y establecer las políticas o directrices del negocio.

Durante la implementación del SIGO ECUADOR, se recibe sesiones de capacitación, visitas de asesorías técnicas y distintos materiales de apoyo con el fin de implementar un sistema de gestión de la calidad en la empresa. El objetivo es transmitir a los colaboradores toda la información necesaria acerca del sistema, para el cumplimiento de las metas propuestas.

Finalmente, luego de la evaluación y análisis de los resultados, las empresas reciben el distintivo SIGO ECUADOR como reconocimiento a la gestión. Posteriormente, se benefician con acciones promocionales las empresas distinguidas.

4.6. Marco legal

De la constitución de la república del Ecuador, 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. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- 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.
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación.
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del gobierno nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.

- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II

De las actividades turísticas y de quienes las ejerce.

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:

Alojamiento

Servicio de alimentos y bebidas

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.

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

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta cartera de Estado les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única anual de funcionamiento; lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta ley.
- Dar publicidad a su categoría.
- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- Que las anotaciones del libro de reclamaciones, autenticadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor a falta de otra.
- No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las licencias ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos. (MINTUR, 2015)

4.7. Marco conceptual

Actividad Turística: Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter turístico-recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas (Hidalgo, 2015).

Alimento preparado: Producto elaborado, semi elaborado o crudo, destinado al consumo humano que requiera o no mantenerse caliente, refrigerado o congelado, y se expende de forma directa al público para su consumo inmediato (Ponce de León Román, 2018).

Atención al Cliente: La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Pérez V., 2011). (Inca Vallejo, 2017).

Consumidor: Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice, disfrute bienes, servicios, o bien reciba oferta para ello (Ponce de León Román, 2018).

Consumo Turístico: Se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT). El gasto de consumo turístico incluye todos los bienes y servicios consumidos y relacionados

con el viaje, comprendiendo una amplia variedad de productos que van desde aquellos inherentes al viaje y la estadía hasta pequeñas compras de bienes durables para uso personal y regalos para familia y/o amigos (Hidalgo, 2015).

Demanda Turística: Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes (Hidalgo, 2015).

Gasto Turístico: Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino (Hidalgo, 2015).

Procedimiento: Método de ejecutar una determinada cosa (Marrero Hernández, 2016).

Proceso: En management, conjunto de tareas o actividades en una organización que crean valor para el cliente interno o externo (Marrero Hernández, 2016).

Producción culinaria: Es una serie de operaciones para convertir los alimentos adquiridos, en elaboraciones para integrar los menús que se servirán en las distintas comidas, a los usuarios clientes o comensales. (Cabello Blanco, 2015).

Producto: En marketing, objeto creado, desarrollado y comercializado con recursos propios o ajenos que se pone a disposición del mercado con la intención de satisfacer sus necesidades o deseos (Marrero Hernández, 2016).

Producto Turístico: Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres

tipos de actividad productiva turística (Hidalgo, 2015).

Promoción turística: Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los “clientes” potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita (Hidalgo, 2015).

Restaurantes: Son aquellos establecimientos cuya función principal es servir alimentos y bebidas en una zona (sala o comedor) para ser consumido en ese mismo lugar y a cambio de un precio cerrado por una comida o cena. (Guerrero Luján , 2019)

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

E. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

En la implementación se utilizaron los siguientes equipos, herramientas, insumos, métodos.

5.1.1. Equipos

- Equipo de cómputo.
- Cámara digital.
- GPS.

5.1.2. Herramientas

- Módulo de Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).
- Libreta de campo.
- Lapiceros.
- Papel bond.

5.1.3. Insumos

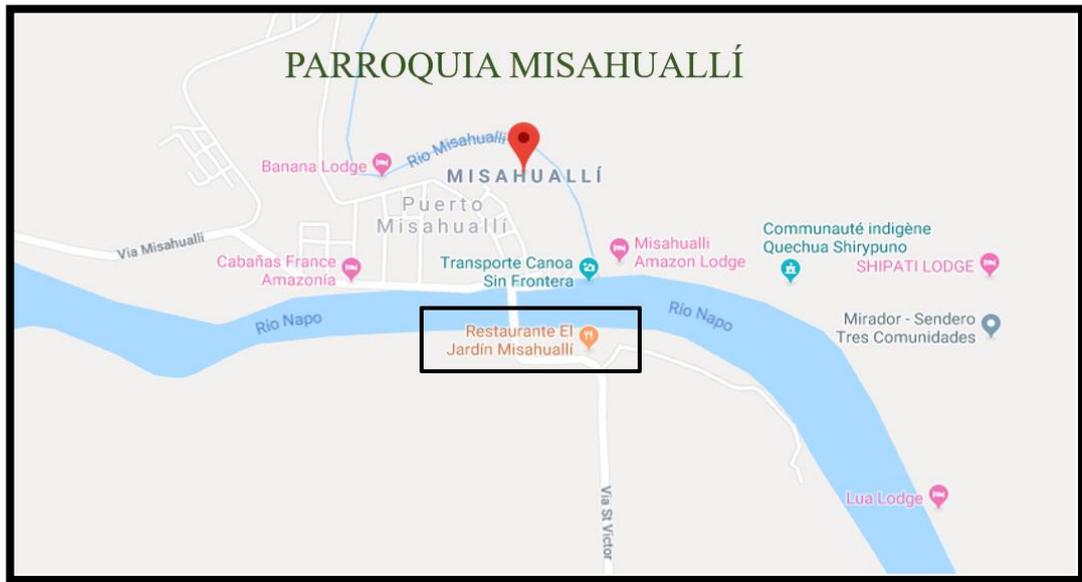
- Internet.
- Formulario de Sigo.

5.2. Métodos

5.2.1. Ubicación del área de estudio

El área de estudio se ubica en el restaurante “El Jardín” perteneciente a la parroquia Misahuallí del cantón Tena, provincia de Napo.

Ilustración 1. Ubicación del área de estudio



Elaborado por: La autora

5.2.2. Ubicación política

La parroquia Puerto Misahuallí limita:

Al norte: Parroquia San Pablo de Ushpayacu (Cordillera Napo Galeras),

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

Al este: Parroquia Ahuano (Río Pusuno) y

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

Ilustración 2. Ubicación política parroquia Misahuallí



Elaborado por: La autora

5.2.3. Ubicación geográfica

Puerto Misahuallí, está ubicado a 30 minutos de la ciudad de Tena capital de la provincia de Napo, los márgenes de las vías principales son: (Puerto Napo – Puerto Misahuallí y Puerto Napo – Ahuano) enmarcándose en las coordenadas:

Coordenadas geográficas:

Latitud: S 1° 10' / S 1° 0'

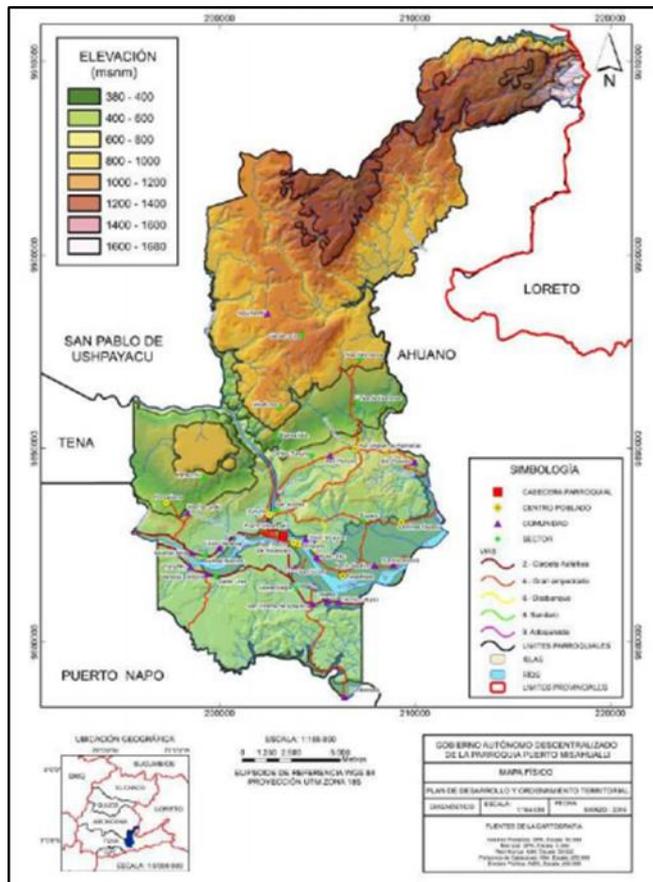
Longitud: W 77° 45' / W 77° 30'

Coordenadas planas UTM (aprox):

Norte: 9870890 / 9889360

Este: 193920 / 221750.

Ilustración 3. Ubicación geográfica parroquia Misahuallí



Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT) Misahuallí

5.3. Aspectos biofísicos y climáticos

5.3.1. Aspectos biofísicos

a) Relieve.

La provincia de Napo geológicamente hallamos las alineaciones Arajuno, Chalcana, Tena, Napo y Chapiza lo que simboliza que gran porción de la provincia está compuesta por rocas sedimentarias marinas de cretácico Menor (Walter Sauer 1965)”.

Puerto Misahuallí forma parte de las superficies organizadas bajas que tienen sustrato de bancos calcáreos y lutitas. La operación de desgaste diferencial ha dado

parte a la producción de otros niveles de superficies estructurales, con colinas homo-géneas en su mayoría de cimas elípticas, vertientes convexas y pendientes que varían entre 12 y 40%. En correspondencia a la geomorfología fórmula parte de valles fluviales y aluviones, relieve colinar bajo”, se instauran las siguientes formaciones:

Tabla 1. Unidades geomorfológicas.

FORMACIÓN	ÁREA	PORCENTAJE
Coluvio aluvial antiguo	218,21	0,65 %
Encañonamiento de mesa	828,50	2,48 %
Encañonamiento y vertiente de cuesta	398,27	1,19 %
Islas	193,31	0,58 %
Relieve colinado bajo	252,86	0,76 %
Relieve colinado medio	2.955,90	8,84 %
Relieve colinado medio a alto	4.248,99	12,71 %
Relieve colinado medio a bajo	658,81	1,97 %
Relieve montañoso	645,07	1,93 %
Río doble	519,71	1,55 %
Superficie de cuesta – erosionada	37,56	0,11 %
Superficie de mesa	3.575,47	10,69 %
Superficie y frente de cuesta	5.575,76	16,67 %
Superficie y vertiente de mesa	9.261,94	27,70 %
Terraza alta	2.560,98	7,66 %
Terraza baja	154,54	0,46 %
Terraza baja y cauce actual	158,72	0,47 %
Terraza indiferenciada	8,51	0,03 %
Terraza media	835,95	2,50 %
Terraza muy alta	193,50	0,58 %
Valle aluvial	159,08	0,48 %
Total	33.441,64	100 %

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Cuadro 1. Niveles de superficies estructurales.

FORMACIONES NAPO	(KN, Cretácico) que es una sucesión de lutitas negras, calizas grises a negras y areniscas calcáreas depositadas en una cuenca marina de orientación norte – sur. De esta formación se han definido tres niveles característicos: Napo superior, Napo medio y Napo inferior.
-------------------------	--

Continua...

...Continuación

FORMACIÓN TENA	(Cretáceo superior) está conformada por una secuencia sedimentaria de arcillas plásticas abigarradas, pobremente estratificadas presentando una estructura masiva raras veces laminadas, arenosa y limpia. La datación se ha hecho en base a estudios palinológicos y paleontológicos.
FORMACIÓN CHALCANA	(Mioceno) esta formación es una secuencia sedimentaria de areniscas hasta arcillas de coloración café rojizo a verde amarillento, con cierta ocurrencia de vetillas de yeso, lutitas que podrían presentar un moderado contenido de micas.
FORMACIÓN ARAJUNO	(Mioceno superior) se compone por una capa de areniscas friables de color pardo de grano fino a grueso con intercalaciones de arcillas bentónicas y capas de yeso en la base, fácilmente reconocibles por la presencia de arcillas y areniscas de color purpura y grises intercaladas en la secuencia sedimentaria, se divide en tres miembros: Inferior, medio y superior.
FORMACIÓN CHAMBIRA	(Mioceno superior) está compuesta por areniscas de grano me-dio a grueso, comúnmente conglomerados con horizontes de guijarros de arcilla y finas interestratificaciones de lutitas verde azuladas, la capa superior de esta formación está compuesta por conglomerados y depósitos de grava aluvial.
VALLES FLUVIALES Y ALUVIONES.	Esta unidad morfológica, ha sido formada por el rio Napo, representado por materiales aluviales producto del propósito del mismo en épocas anteriores y de crecidas extraordinarias. Se trata de un valle muy amplio, poco profundo en forma general, las pendientes naturales transversales de sus flancos son suaves a planos con pendientes que no sobrepasan los 15° de inclinación, lo que hace que la corriente superficial sea baja y el agua lluvia en sectores queda estancada formando pequeñas lagunas

Continua...

...Continuación

RELIEVE COLINAR BAJO.	Esta unidad se distingue fácilmente en el área, ya que, en el contacto con la unidad anteriormente descrita, hay una diferencia de nivel de aproximadamente 30m. Está conformada por colinas alargadas, mesetas de relieve ondulado y planicies con pendientes naturales transversales menores a 30° de inclinación y en las partes altas, suave a plano constituidas de rocas sedimentarias, 1000 a 1100msnm y 817 a 853msnm, en donde también se presentan cuencas moderadas establea, la intención de drenaje es media.
----------------------------------	--

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

b) Uso y cobertura del suelo.

Son suelos alofónicos, con aspecto de sedimentos a franco pantanosos profundos. Son desaturados en bases y tiene un pH ácido, lo cual implica en una baja fertilidad. La conservación de humedad es superior al 100% por ser superficies considerablemente esponjosas. Se pueden notar superficie arcillo-limoso, con una baja extensión de drenaje superficial. Los suelos ácidos de la amazonia tienen un afianzamiento de fosforo (P) con valores de estancamiento de 26 a 51%, los cuales se relacionan elocuentemente con el contenido de elemento orgánica corto y aluminio intercambiable. Es decir, los suelos se caracterizan por una alta pobreza química y baja fertilidad natural. (Paredes, Nolivos, Tabango, & Fiallos, 2015).

El uso y cobertura de la superficie de la parroquia en el 2013, se caracterizó puesto que el 64,94% se encontró inferior en su estatus de selva natural, el 23,69% como pastizales, el 5,46% dedicado a acciones agrícolas con siembras anuales y semi-perennes.

Tabla 2. Uso y cobertura del suelo

NIVEL	ÁREA	PORCENTAJE
Bosque	21.715,25	64,94 %
Pastizal	7.920,20	23,69 %
Vegetación natural	1.170,22	3,50 %
Mosaico agropecuario	859,30	2,57 %

Continua...

...Continuación

NIVEL	ÁREA	PORCENTAJE
Cultivo permanente	530,89	1,59 %
Cuerpo de agua	491,49	1,47 %
Cultivo anual	417,72	1,25 %
Otras áreas	247,43	0,74 %
Zona antrópica	67,54	0,20 %
Cultivo semipermanente	17,60	0,05 %
Total	33.420,03	99,95 %

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Tabla 3. Análisis comparativo de cobertura y uso de suelo

Unidad de uso o cobertura vegetal año 2008	Unidad de uso o cobertura vegetal año 2013	Observaciones	Diferencia (Ha)
Bosque (20.607,21 ha)	Bosque (21.715,25 ha)	Incrementado	1.108,04
Pastizal (11.135,89 ha)	Pastizal (7.920,20 ha)	Disminuido	-3.215,69
Tierra agropecuaria (1.005,93 ha)	Tierra agropecuaria (1.825,21 ha)	Incrementado	819,58
Cuerpos de agua (424,06 ha)	Cuerpos de agua (491,49 ha)	Incrementado	67,43
Otras áreas (171,21 ha)	Otras áreas (247,43 ha)	Incrementado	76,21
Zona antrópica (12,38 ha)	Zona antrópica (67,54 ha)	Incrementado	55,16
Vegetación arbustiva (7,06 ha)	Vegetación arbustiva (1.170,22 ha)	Incrementado	1.163,16

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Según los datos del MAE y MAGAP 2013, contrapuesto con el año 2008, se observa una depreciación de la zona bajo pastizales a favor de la cubierta vegetal

arbustivo que alcanzó a 1.170,22 hectáreas, de las tierras dedicadas a las actividades agropecuarias 1.825,21 hectáreas.

Lo que nos señala que en cierta forma la naturaleza ha recobrado su cubierta vegetal natural desplazando a los pastizales abandonados, a excepción de otra porción de ellos, han pasado a formar parte de las explotaciones agrícolas con cultivos como el cacao, plátano, yuca, maíz y otros.

c) **Climática.**

Su clima es cálido-húmedo tropical, con precipitación media anual de 3.900 mm. Temperatura mínima de 18oC y máxima de 34oC con promedio de 25oC². Los suelos son arcilloso limosos con grava y arena. El Estudio de Impacto Ambiental de áreas mineras³, indica que la temperatura media es de 25oC, precipitación de 3000 a 6000 msnm, humedad mayor a 90% (Tabla 4), velocidad del viento de 8,2 a 10,8 m/s, se observa una nubosidad de 65% del día.

Tabla 4. Descripción de 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 (PDOT)

Elaboración: La autora

d) **Flora**

Cuadro 2. Especies de flora

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Platanillo	<i>Heliconias</i>	HELICONIACEAE
Costus scaber	<i>Costus scaber</i>	COSTACEAE
<i>Cyclanthus bipartitus</i>	<i>Cyclanthus bipartitus</i>	CYCLANTHACEAE

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Cuadro 3. Especies de flora endémicas en peligro “Cantón Tena”

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Ahuano	<i>Swietenia macrophylla</i>	MELIACEAE
Mariposa	<i>Hedychium coronarium</i>	ZINGIBERACEAE
Palmicha	<i>Zamia ulei</i>	ZAMIACEAE
Ulmaceae	<i>Ampelocera longissima</i>	ULMACEAE
Campanula	<i>Centropogon papillosus</i>	CAMPANULACEAE
Mameyito	<i>Saurauia aequatoriensis</i>	ACTINADIACEAE
Cardo	<i>Baccharis arbutifolia</i>	ASTERACEE
Melastomataceae	<i>Miconia dielsii</i>	MELASTOMATACEAE

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Existen diversas especies con tipologías médicas y nutricionales, que si bien es innegable dentro de la cultura kichwa es conocida, la misma no ha sido divulgada, ni estudiada en sus peculiaridades bioquímicas, varias de ellas se hallan en peligro o al menos amenazadas, por lo que se necesita el trabajo investigativo para establecer su importancia nutricional y medicinal, se anhela que con la presencia de la Universidad IKIAM, se logré ejecutar investigaciones en este campo que permitan un uso eficaz de la flora endémica y nativa de la Amazonía y en especial de la provincia de Napo.

d) Fauna

Cuadro 4. Fauna

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Colibrí Ermitaño Barbigrande	<i>Phaethornis hispidus</i>	TROCHILIDAE
Colibrí Ermitaño Piquigrande	<i>Phaethornis malaris</i>	TROCHILIDAE
Chachalaca Jaspeada	<i>Ortalis guttata</i>	CRACIDAE
Dorsirroja	<i>Ramphocelus dimidiatus</i>	THRAUPIDAE
Gallinazo Negro	<i>Coragyps atratus</i>	CATHARTIDAE
Garrapatero	<i>Crotophaga ani</i>	CUCULIDAE
Garrapatero Mayor	<i>Crotophaga major</i>	CUCULIDAE
Guacamayo Azul y Amarillo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE

Continua...

...Continuación

Guacamayo Militar	<i>Ara militaris</i>	PSITTACIDAE
Guacamayo Ventirrojo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE
Golondrina de Riscos	<i>Haplochelidon andecola</i>	HIRUNDÍNIDOS
Tucancillo Collar dorado	<i>Selenidera reinwardtii</i>	RAMPHASTIDAE
Trepatroncos Golipunteado	<i>Certhiasomus stictolaema</i>	FURNARIIDAE
Trepatroncos Piquirrecto	<i>Dendroplex picus</i>	FURNARIIDAE
Tirano Tropical	<i>Tyrannus melancholicus</i>	TYRANNIDAE

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Cuadro 5. Especies endémicas registradas en el cantón Tena

Orden	Familia	Especie	Nombre Común	Categoría
Carnivora	FELIDAE	Puma concolor	León, Puma	Vulnerable
Perissodactyla	TAPERIDAE	Tapirus pinchaque	Tapir, danta	En peligro

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Según el PDOT del cantón Tena, se muestra que existen algunas especies de flora que se hallan en peligro o amenazadas, entre las aves en peligro se encuentra la especie *Campephilus meanoleucos*, en anfibios la especie *Epipedobates bilinguis*.

e) Aves.

Cuadro 6. Aves

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Águila Pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PANDIONIDAE
Carpintero Crestirrojo	<i>Dryocopus lineatus</i>	PICIDAE
Cacique Ecuatoriano	<i>Cacicus sclateri</i>	ICTERIDAE
Colibrí Ermitaño Piquigrande	<i>Phaethornis malaris</i>	TROCHILIDAE
Chachalaca Jaspeada	<i>Ortalis guttata</i>	CRACIDAE
Dorsirroja	<i>Ramphocelus dimidiatus</i>	THRAUPIDAE
Gallinazo Negro	<i>Coragyps atratus</i>	CATHARTIDAE
Guacamayo Militar	<i>Ara militaris</i>	PSITTACIDAE
Guacamayo Ventirrojo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE
Golondrina de Riscos	<i>Haplochelidon andecola</i>	HIRUNDÍNIDOS
Halcón Cazamurciélagos	<i>Falco rufigularis</i>	FALCONIDAE
Jacana Carunculada	<i>Jacana jacana</i>	JACANIDAE
Loras	<i>Amazona spp</i>	PIMELODIDAE

Continua...

...Continuación

Mirlo Piconegro	<i>Turclis ignobilis</i>	TURCLIDAE
Mirlo Cuelliblanco	<i>Turdus albicollis</i>	TURDIDAE
Tirano Tropical	<i>Tyrannus melancholicus</i>	TYRANNIDAE

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

Cuadro 7. Especies de aves y herpetofauna amenazadas en el cantón Tena

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Carpintero	<i>Campephilus</i> <i>Melanoleucos</i>	PICIDAE
Sapito	<i>Epipedobates bilinguis</i>	DENDROBATIDA
Sapito	<i>Epipedobates</i> <i>Zaparo</i>	DENDROBATIDA
Rana	<i>Epipedobates</i> <i>Zaparo</i>	DENDROBATIDA

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

f) Bosques.

Cuadro 8. Descripción de recursos naturales bajo presión o degradados.

RECURSO	DESCRIPCIÓN DEL RECURSO BAJO PRESIÓN	CAUSA DE DEGRADACIÓN
Flora	Bosque natural	Tala de bosque natural para actividades agro-productivas
Fauna	Especies nativas	Caza indiscriminada, deforestación.
Agua	Río Misahualli	Minería ilegal, explotación pétreo, descarga de fluentes sin tratamiento.
Suelo	Suelo bajo cobertura natural y agrícola	Pluviosidad alta, explotación agrícola intensiva

Fuente: Plan de ordenamiento territorial (PDOT)

Elaboración: La autora

5.3.2. Aspectos climáticos

a. Clima

Su clima es cálido-húmedo tropical, con precipitación media anual de 3.900 mm. Temperatura mínima de 18oC y máxima de 34oC con promedio de 25oC2. Los suelos son arcilloso limosos con grava y arena. El estudio de impacto ambiental de áreas mineras, indica que la temperatura media es de 25oC, precipitación de 3000

a 6000 msnm, humedad mayor a 90% (Tabla 5), velocidad del viento de 8,2 a 10,8 m/s, se observa una nubosidad de 65% del día.

Cuadro 9. Descripción de 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 (PDOT)

Elaboración: La autora

5.4. Tipo de investigación.

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

a. Deductivo. - Parte de lo más general para llegar a lo más específico. Se considerará las normas establecidas en la ley de turismo y en el sistema SIGO; sobre la calidad de servicio, normativas; y se tomará en cuenta casos de investigación similares realizados en otros lugares.

b. Inductivo. - Parte de observaciones específicas para llegar hacia amplias generalizaciones y teorías. Los resultados en base a los datos de investigación específica generarán una información de la realidad sobre el uso potencial del sistema SIGO en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”.

c. Campo. - El lugar de estudio será en el restaurante “El Jardín Misahuallí” del señor Edgar Castro, ubicado en Puerto Misahuallí, cantón Tena, Provincia de Napo, en donde se implementará el Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).

d. Análisis. - Un análisis de la calidad de los principales servicios turísticos de Tena permitiría detectar sus posibles falencias del servicio turístico e identificaría líneas de acción como aporte al desarrollo en el restaurante.

5.5. Conocer la situación actual en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”.

5.5.1. Diagnóstico situacional

Con ayuda del formulario F-G-01 - lista de verificación, desplegado en el “Anexo 1”, se pretende ayudar a establecer el escenario existente de la empresa, planear sus esfuerzos y la estandarización de las actividades cotidianas de acuerdo con el rubro y tipo de empresa.

5.5.2. Realizar el diagnóstico de resultados.

Con ayuda del formulario F-G-02 - diagnóstico de resultados, desplegado en el “Anexo 2”, favorece en la valoración del estado de resultados, y al mismo tiempo, se puede disponer para facilitar el alcance en el progreso de la implementación.

5.5.3. Realizar el diagnóstico de la estructura financiera.

Con ayuda del formulario F-G-03: diagnóstico de la estructura financiera, desplegado en el “Anexo 3”, se obtendrá datos estimados relativos a sus registros contables, también su diagnóstico de escenario existente financiero y oportunidades de progreso.

5.6. Aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en el restaurante “El Jardín Misahuallí”.

5.6.1. Procesos en la implementación del programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional)

Se procedió a realizar 6 capacitaciones a los propietarios de las empresas turísticas a través de funcionarios del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Varias visitas de asesoría técnica, mediante una entrevista utilizando los formularios expuestos en los anexos.

El Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) requiere obtener un cronograma de responsabilidad mediante el formulario (F-H1-01) desplegado en el “Anexo 4”, en el que se muestran un conjunto de herramientas y la temporada de asignación previsto para su cumplimiento del proceso.

5.6.2. Módulo 1: calidad personal.

a. Herramienta 1: cambio y lenguaje propio.

Con ayuda del formulario F – H1 – 02: matriz de asignación de responsabilidades, el cual se expone en el “Anexo 5”, se encaminará al propietario del restaurante para que asigne a sus colaboradores distintas tareas para el cumplimiento de la implementación del programa.

Con ayuda del formulario F - H1 - 03: sistema QQCC, el cual se expone en el “Anexo 6”, se aspira acrecentar el nivel de entendimiento en la comunicación con el consumidor.

b. Herramienta 2: desarrollo humano y liderazgo.

Con ayuda del formulario F – H2 – 01: Diagnóstico de Puesto, el cual se expone en el “Anexo 7”, se pretende manifestar si los trabajadores están en el puesto de trabajo adecuado

c. Herramienta 3: el método de las 5S.

En método de las 5S se realizará una transformación física y estandarización de procesos en el interior del restaurante, en un área específica.

Gráficos 1. Método 5S



Elaborado por: La autora

5.6.3. Módulo 2: enfoque en el cliente.

a. Herramienta 4: turistas y mercado

Con ayuda del formulario (F-H4-01) segmentación del mercado, el cual se expone en el “Anexo 8”, se pretende que la empresa sepa reconocer su segmentación.

Con ayuda del formulario (F-H4-02) análisis de necesidades del nicho seleccionado, el cual se expone en el “Anexo 9”, del mismo modo que el anterior, se pretende que la empresa sepa asignar las necesidades de su mercado.

Con ayuda del formulario F-H4-03: traducción de las necesidades del cliente, el cual se expone en el “Anexo 10”, se pretende ampliar los datos de necesidades del mercado.

Con ayuda del formulario (F-H4-04) encuesta de satisfacción, el cual se expone en el “Anexo 11”, se procederá a realizar las encuestas y tabular los datos obtenidos.

Con ayuda del formulario F-H4-05 evaluación competitiva, el cual se expone en el “Anexo 12”, se pretende identificar a la competencia potencial de la empresa.

Con ayuda del formulario F-H4-06 definición de valor agregado, el cual se

expone en el “Anexo 13”, se pretende definir valores que favorezcan a la empresa.

b. Herramienta 5: servicio y atención al cliente

Con ayuda del formulario F – H5 – 01: gestión de reclamos y quejas, el cual se expone en el “Anexo 14”, se procederá, a entregar el formulario a los clientes que deseen llenarlo y tabular los datos obtenidos.

c. Herramienta 6: ventas y fidelización.

Con esta herramienta se intenta identificar si existen canales de venta y acciones para fidelizar a los clientes dentro del restaurante.

5.6.4. Módulo 3: gestión de la rutina y la mejora

a. Herramienta 7: mejora de lo cotidiano

Con ayuda del formulario: F-H7-01: análisis de prioridades para la estandarización, el cual se expone en el “Anexo 15”, se pretende que el propietario defina las áreas que necesitan estandarización de procesos.

Con ayuda del formulario F–H7 – 02: procedimiento operativo, el cual se expone en el “Anexo 16”, se dará respuesta al formulario anterior.

b. Herramienta 8: gestión de la información

Esta herramienta nos permitirá obtener información para administrar las actividades cotidianas en las diferentes áreas, favoreciendo con ello la toma de decisiones para la planificación y la mejora continua y, brindar la información de manera oportuna para actuar en caso necesario y corregir el rumbo.

c. Herramienta 9: política básica y evaluación de resultados

Con ayuda del formulario F-H9-02: creación de matriz FODA, el cual se expone en el “Anexo 17”, se pretende establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro del restaurante.

Con ayuda del formulario F-H9-01 política básica: misión, visión y valores, el cual se expone en el “Anexo 18”, se pretende establecer los mismos en la empresa de ser el caso si por el contrario la empresa ya cuenta con las mismas, se procederá a actualizarlos.

5.7. Elaborar un plan de acciones correctivas para el Restaurante “El Jardín Misahuallí”.

Se pretende establecer un listado de mejoras físicas, que aporten al crecimiento de la empresa, mediante un plan de acciones correctivas, las misma que permitirán el trabajo en conjunto entre el propietario y sus colaboradoras. Al finalizar la implementación del SIGO se determinará cuantas acciones correctivas se ejecutaron y cuantas no, dando respuesta al motivo por el cual no se las ejecuto si así fuera el caso.

F. RESULTADOS

6.1. Conocer la situación actual en el restaurante “El Jardín Misahuallí”.

6.1.1. Diagnóstico situacional

Del formulario F-G-01 - lista de verificación (anexo 19), se obtuvo los siguientes resultados:

Módulo 1: calidad personal.

Se procedió a dar respuestas a la información expuesta en la tabla 5 los mismos fueron obtenidos mediante la fórmula indicada a continuación.

$$\begin{aligned} \text{Calificación módulo} &= \sum \text{escala de calificaciones} \times 0.75 \\ \text{Calificación módulo 1} &= 36 \times 0.75 \\ \text{calificación módulo} &= 27 \end{aligned}$$

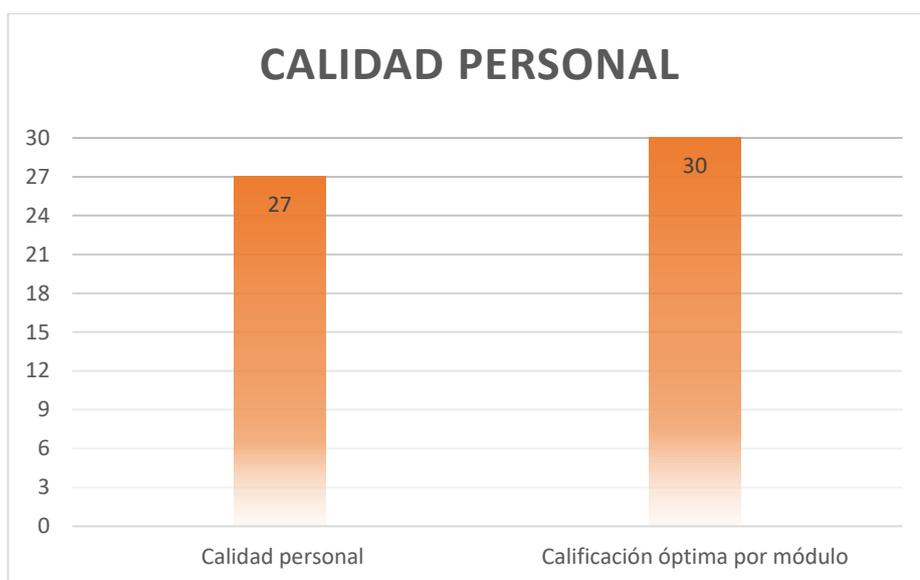
Tabla 5. Resumen de la puntuación obtenida

RESUMEN DE LA PUNTUACIÓN OBTENIDA	PUNTOS
1. Calidad personal (módulo 1)	27
2. Enfoque en el cliente (módulo 2)	24
3. Gestión de rutina y la mejora (módulo 3)	24
Calificación óptima por modulo	30
Calificación óptima total	90

Fuente: Formulario F-G-01 - lista de verificación.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 2. Calidad personal



Fuente: Formulario F-G-01 - lista de verificación.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Según el gráfico 1, se estableció una ponderación alta evidenciándose un correcto manejo en el personal del establecimiento.

Módulo 2: enfoque en el cliente.

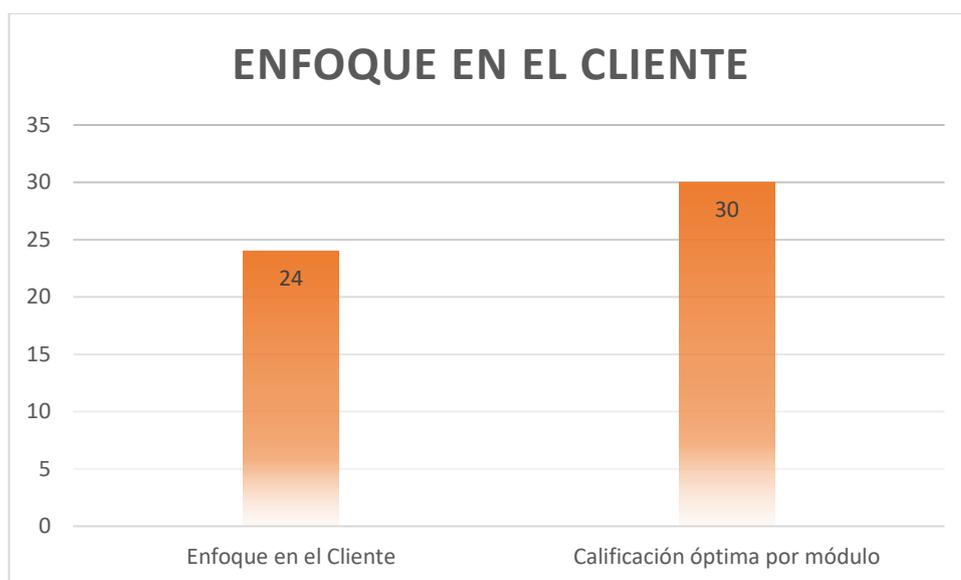
Se procedió a dar respuestas a la información expuesta en la tabla 5 los mismos fueron obtenidos mediante la fórmula indicada a continuación.

$$\text{Calificación módulo} = \sum \text{escala de calificaciones} \times 0.75$$

$$\text{Calificación módulo 2} = 32 \times 0.75$$

$$\text{calificación módulo 2} = 24$$

Gráfico 3. Enfoque en el cliente



Fuente: Formulario F-G-01 - lista de verificación.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Según el gráfico 3, la empresa toma en cuenta las sugerencias del cliente, para el diseño de los productos que ofrece, además pocas veces implementa acciones de fidelización para sus comensales, demostrando que necesita fortalecer estas áreas.

Módulo 3: gestión de rutina y la mejora.

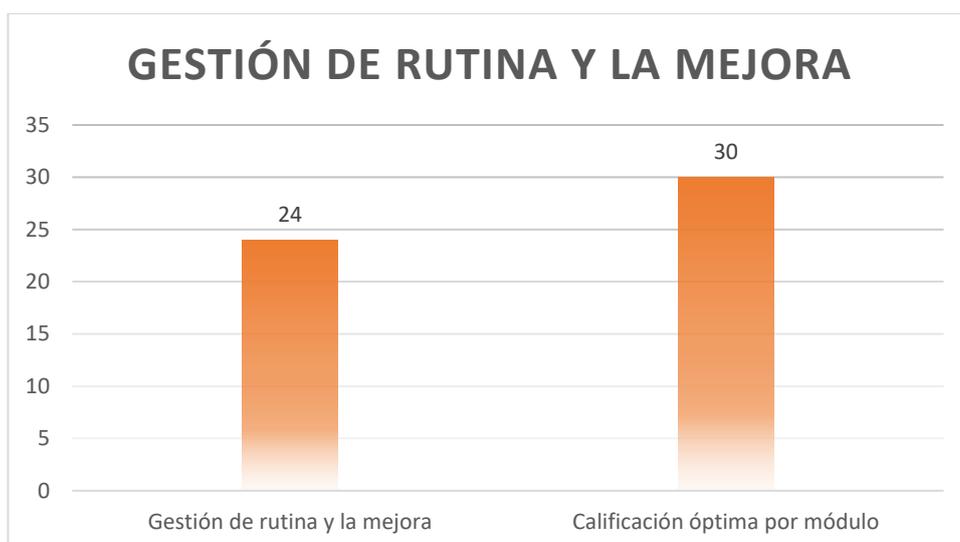
Se procedió a dar respuestas a la información expuesta en la tabla 5 los mismos fueron obtenidos mediante la fórmula indicada a continuación.

$$\text{Calificación módulo} = \sum \text{escala de calificaciones} \times 0.75$$

$$\text{Calificación módulo 1} = 32 \times 0.75$$

$$\text{calificación módulo} = 24$$

Gráfico 4. Gestión de la rutina y la mejora.



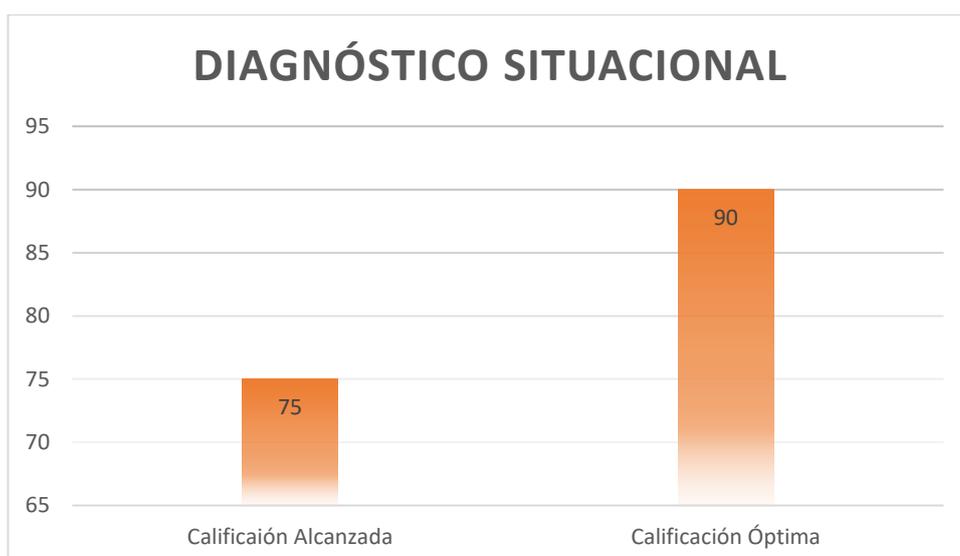
Fuente: Formulario F-G-01 - lista de verificación.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Según el gráfico 4 podemos definir que la empresa posee procesos de capacitación y procesos operativos estandarizados para gestión de la rutina y mejora.

Comparación de los tres módulos

Gráfico 5. Diagnóstico situacional



Fuente: Formulario F-G-01 - lista de verificación.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Según el gráfico 5, se observa un manejo regular a bueno de la situación actual del establecimiento, sobresaliendo el manejo de calidad del personal como indicador positivo.

6.1.2. Realizar el diagnóstico de resultados.

Con ayuda del formulario F-G-02 - diagnóstico de resultados, desplegado en el “Anexo 20”, se revelo la siguiente información.

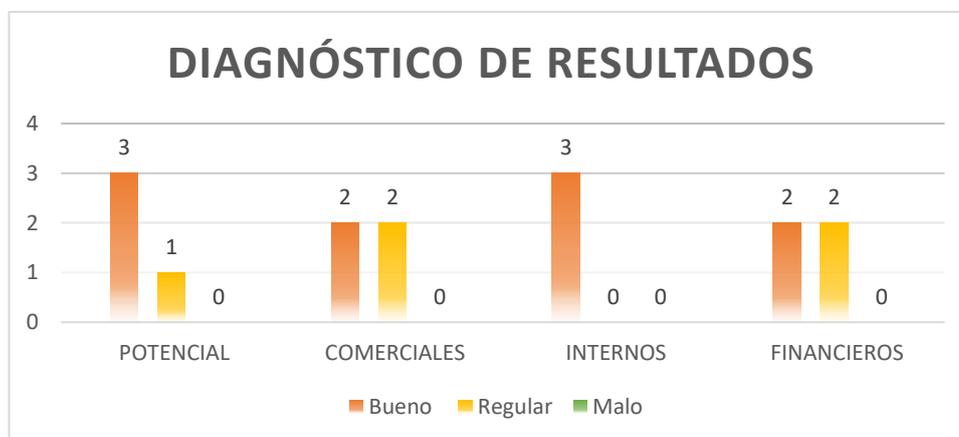
Tabla 6. Diagnóstico de resultados.

ELEMENTO	Semáforo			Suma Total
	B	R	M	
POTENCIAL (Personal – rotación – ausentismo e impuntualidad – ingresos destinados a capacitación - accidentes laborales)	3	1	0	4
COMERCIALES (Participación en el mercado - satisfacción de clientes - porcentaje de ocupación - Tarifa promedio)	2	2	0	4
INTERNOS (Productividad - procesos clave – desperdicios – innovación)	3	0	0	3
FINANCIEROS (utilidad – rentabilidad – liquidez - margen neto sobre ventas)	2	2	0	4

Fuente: Formulario F-G-02 - diagnóstico de resultados.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 6. Diagnóstico de resultados.



Fuente: Formulario F-G-02 - diagnóstico de resultados.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: En el gráfico 6 referente al diagnóstico situacional se evidencia claramente que la empresa necesita fortalecer su competitividad creando productos innovadores para diversificar su oferta.

6.1.3. Realizar el diagnóstico de la estructura financiera.

Con ayuda del formulario F-G-03: diagnóstico de la estructura financiera, desplegado en el “Anexo 21”, se logró obtener los datos revelados a continuación.

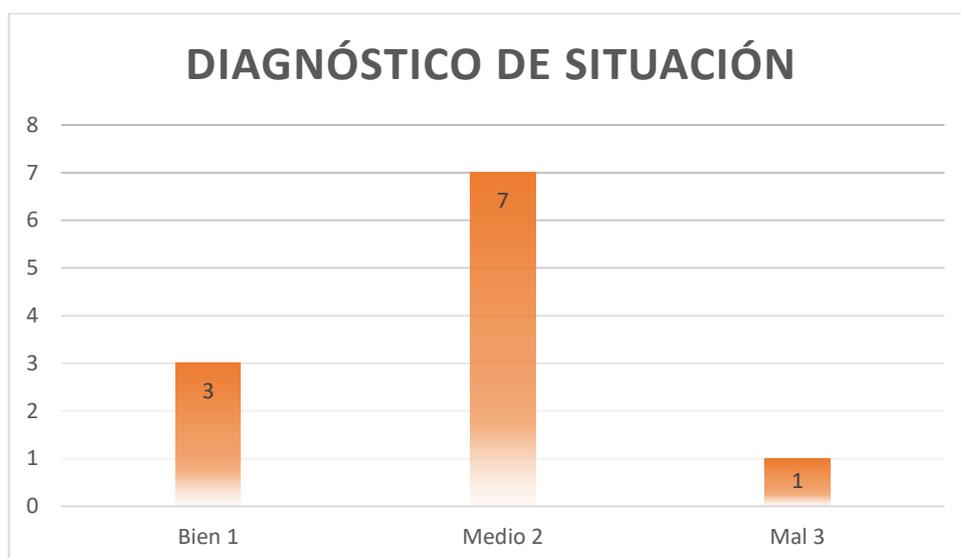
Cuadro 10. Diagnóstico de la estructura financiera.

	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:	3	7	1		2	9

Fuente: Formulario F-G-03: diagnóstico de la estructura financiera.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 7. Diagnóstico de la estructura financiera



Fuente: Formulario F-G-03: diagnóstico de la Estructura Financiera.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Según la información mostrada en el cuadro 10 y el gráfico 7 podemos concluir que existe un manejo regular de la parte financiera con problemas en la recaudación de cuentas por cobrar.

Gráfico 8. Oportunidad de mejora



Fuente: Formulario F-G-03: diagnóstico de la estructura financiera.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Considerando los antecedentes reflejados en el gráfico 8 y el cuadro 10 podemos decir que existe una proyección de mejora en todos los aspectos financieros de la empresa.

6.2. Aplicar la metodología del Sistema de Gestión Organizacional (SIGO) en el Restaurante “El Jardín Misahualli”.

6.2.1. Procesos en la Implementación del Programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional).

Los procesos en la implementación del Programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional) se presentan a continuación

Las sesiones de capacitación se exhiben en el siguiente cuadro:

Tabla 7. Sesiones de capacitación

SESIONES	FECHA	LUGAR	ACTIVIDADES	OBSERVACION
1	08/04/2019	Parque la Isla	Capacitación del módulo 1 del programa SIGO	El propietario del restaurante llego un poco tarde a la capacitación
2	09/04/2019	Parque la Isla	Capacitación del módulo 1 del programa SIGO	Ninguno
3	14/05/2019	Parque la Isla	Capacitación del módulo 2 del programa SIGO	Ninguno
4	15/05/2019	Parque la Isla	Capacitación del módulo 2 del programa SIGO	Carlos Alvarado fue en representación de la empresa del restaurante
5	17/06/2019	Parque la Isla	Capacitación del módulo 3 del programa SIGO	Ninguno
6	18/06/2019	Parque la Isla	Capacitación del módulo 3 del programa SIGO	Ninguno

Elaborado por: La autora

Se realizó varias visitas de asesoría técnica, visibles en la siguiente tabla:

Tabla 8. Visitas de asesoría técnica.

No	FECHA	LUGAR	ACTIVIDADES	OBSERVACION
1	23/04/2019	Restaurante “El Jardín Misahuallí”	Asesoría técnica utilizando los formularios módulo 1	Breve explicación del formulario y observación de las instalaciones del restaurante
2	08/06/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Asesoría técnica utilizando los formularios módulo 2	Ninguno
3	11/06/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Día del descarte aplicado las 5 S (Seleccionar, ordenar, limpiar, estandarizar y disciplina)	Ninguno
4	13/06/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Día del descarte aplicado las 5 S (Seleccionar, ordenar, limpiar, estandarizar y disciplina)	Ninguno
5	01/07/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Asesoría técnica utilizando los formularios módulo 2	Ninguno
6	15/07/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Asesoría técnica utilizando los formularios módulo 3	Ninguno
7	20/07/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Asesoría técnica utilizando los formularios módulo 3	Ninguno
8	22/07/2019	Restaurante “El Jardín Misahualli”	Revisión y ordenamiento de documentos	Ninguno

Elaborado por: La autora

El Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) requiere obtener un Cronograma de responsabilidad mediante el formulario (F-H1-01) desplegado en el “Anexo 22”, el cual se presenta a continuación.

Tabla 9. Cronograma de responsabilidad

MODULO 1: CALIDAD PERSONAL	ABRIL			
	1	2	3	4
Herramienta 1: cambio y lenguaje propio				
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		
Dar a conocer a los colaboradores el cronograma de implementación de las 9 herramientas.				X
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 1.		X		
Establecer una matriz de asignación de responsabilidades para implementar el cambio en la empresa turística.				X
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				
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
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 2.		X		
Elaborar un organigrama de la empresa turística, definir las metas para cada área y darlo a conocer.				X
Identificar las necesidades de capacitación de la empresa turística.				X
Elaborar el plan de capacitación de la empresa turística.			X	
Herramienta 3: el método de las 5S				
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
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 3.		X		
Conformar un comité de las 5s.				X
Elaborar lineamientos a seguir de orden y limpieza de los sectores donde se trabaje con las 5s.				X
establecer el día del descarte y tomar fotografías antes de ese día				X

Continúa...

...Continuación

Preparar e implementar el día del descarte y tomar fotografías nuevamente una vez implementadas las 5s.				X
Módulo 2: enfoque en el cliente	MAYO			
Herramienta 4: turistas y mercado	1	2	3	4
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
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 4.			X	
Definir los segmentos y nichos de mercados meta.	X			
Seleccionar y analizar los mercados meta y definir las necesidades de los clientes.	X			
Elaborar, aplicar y procesar la encuesta de satisfacción (mínimo 25 encuestas).				X
Proponer e implementar acciones acordes al resultado de las encuestas de satisfacción.	X			
Definir la situación de la empresa respecto de la competencia.		X		
Rediseñar el producto ampliado considerando las necesidades de los clientes.			X	
Herramienta 5: servicio y atención al cliente				
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
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 5.	X			
definir, documentar y dar a conocer la postura de atención deseada			X	
elaborar el formulario de gestión reclamos y quejas			X	
Establecer el procedimiento de reclamos y sugerencias para aprovechar los comentarios de los clientes y realizar su seguimiento.			X	
Herramienta 6: ventas y fidelización.				
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
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 6.		X		

Continua...

...Continuación

Módulo 2: enfoque en el cliente	MAYO			
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	
Diseñar e implementar una estrategia de ventas adecuada para la empresa.			X	
indicar acciones para fidelizar al cliente			X	
Módulo 3. Gestión de rutina y la mejora	JUNIO			
Herramienta 7: mejora de lo cotidiano	1	2	3	4
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
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 7.				X
Analizar las prioridades para la estandarización.				X
Elaborar y documentar los principales procesos y sus correspondientes procedimientos operativos. Darlos a conocer a los colaboradores del sector correspondiente.				X
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 información	JULIO			
	1	2	3	4
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			
Elaborar el sistema qqcc de la herramienta 8.	X			
Diseñar un sistema de información con los indicadores clave a nivel negocio.	X			
Establecer los puntos críticos de la organización y elaborar un tablero de control que contenga los indicadores de estos puntos críticos.	X			
Elaborar un presupuesto para un período definido y compararlo con los datos reales.	X			

Continua...

...Continuación

Identificar que documentos, controles o rutinas deben establecerse como parte del análisis económico- financiero dentro de la empresa turística.	X			
Módulo 3. Gestión de rutina y la mejora	JUNIO			
Elaborar la información de interés que será expuesta de modo visual	X			
Herramienta 9: política básica y evaluación de resultados				
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			
Definir la política básica con pleno compromiso de quien ejerce el liderazgo en la empresa turística.	X			
Elaborar un foda que permita analizar el contexto en que se desenvuelve la empresa turística.	X			
Definir las directrices, su despliegue y el seguimiento en todos los niveles de la empresa turística.		X		
Elaborar el sistema qqcc de un objetivo del negocio.		X		
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		

Fuente: Formulario (F-H1-01) - cronograma de responsabilidad

Elaborado por: La autora

6.2.2. Módulo 1: calidad personal.

Herramienta 1: cambio y lenguaje propio.

Con ayuda del formulario F – H1 – 02: matriz de asignación de responsabilidades, desplegado en el “Anexo 23”, se definió a los colaboradores a participar en el programa y sus funciones, explicadas a continuación:

Tabla 10. Matriz de asignación de responsabilidades.

<p style="text-align: center;">Nombres de los Responsables →</p> <p style="text-align: center;">↓ Herramientas</p>	Carlos Alvarado	Yadira Calapucha	Klever Andy	23/04/2019	24/04/2019	22/05/2019	10/07/2019
Cambio y lenguaje propio	X			X			
Desarrollo humano y liderazgo	X			X			
El método de las 5S	X	X	X	X		X	
Turistas y mercado	X					X	
Servicio y atención al cliente	X			X			X
Ventas y fidelización.	X					X	
Mejora de lo cotidiano	X					X	X
Gestión de la información	X						X
Política básica y evaluación de resultados	X						X

Fuente: F – H1 – 02: matriz de asignación de responsabilidades.

Elaborado por: La autora

Con ayuda del formulario F – H1 – 03: sistema QQCC, desplegado en el “Anexo 24”, se registró a los colaboradores de la empresa y sus principales necesidades.

Cuadro 11. Sistema QQCC

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	RESPONSABLE	DISPOSICIÓN DE TIEMPO Y RECURSOS	FECHA LÍMITE
Capacitaciones	Carlos Alvarado	Capacitación, para concientizar atención al cliente, mediante el proyecto SIGO	Cada mes hasta concluir el programa
Revisión de las bodegas de mantelería	Carlos Alvarado	Revisión, orden y limpieza 2 horas	Lunes de cada semana
Limpieza de piscina	Klever Andy	20 minutos en mantenimiento de piscina	Todos los días

Fuente: Formulario F – H1 – 03: sistema QQCC

Elaborado por: La autora

Herramienta 2: Desarrollo Humano y Liderazgo.

Se identificó los puestos de trabajo de los colaboradores de la empresa con ayuda del formulario F – H2 – 01: diagnóstico de puesto, desplegado en el “Anexo 25”, los cuales se presentan a continuación.

Cuadro 12. Diagnóstico de puesto

Colaboradores	Actividades con mayor alcance	Actividades con menor alcance	Capacitaciones necesarias
Carlos Alvarado Recepcionista	Atención al cliente	Falta perfeccionamiento en el idioma ingles	Capacitación en idioma ingles
Fabián Bejarano Chef	Agilidad en la manipulación de alimentos	Ninguna	Capacitación en idioma ingles y manipulación de alimentos
Yadira Calapucha Ayudante de cocinera	Emplatado	Ser ágil	Capacitación en idioma ingles Y pastelería
Klever Andy Mantenimiento de Piscina	Limpieza y mantenimiento	Falta de conocimiento en manejo de máquinas para las piscinas	Capacitación en manejo de máquinas de mantenimiento

Fuente: Formulario F – H2 – 01 diagnóstico de puesto

Elaborado por: La autora

Herramienta 3: El Método de las 5S.

Mediante el uso del método las 5S se procedió a realizar un transformación física y estandarización de procesos expuestas a continuación:

Cuadro 13. Método de las 5S

El Método de las 5S	
<p>SEIRI [Clasificación y selección]: Para distribuir de mejor manera el trabajo se designó una nómina de los lugares dentro del restaurante para después proceder a realizar la clasificación y organización de sus suministros.</p>	
Antes	Después
 <p>Realización de registro de materiales de trabajo.</p>	 <p>Observación de registro para la realización de trabajo.</p>
 <p>Puerta de madera para un cambio favorable.</p>	 <p>Permutación de la puerta a metálico.</p>
 <p>Cambios de manteles de mesa.</p>	 <p>Utilización de manteles nuevos con un color llamativo.</p>

Continua...

...Continuación

SEITON [Orden y organizar]: Se coordinó con el personal de la empresa para organizar y mejorar el espacio dentro del restaurante.

Antes



Mantenimiento de área de cocina.

Después



Aseo realizado del área de cocina.



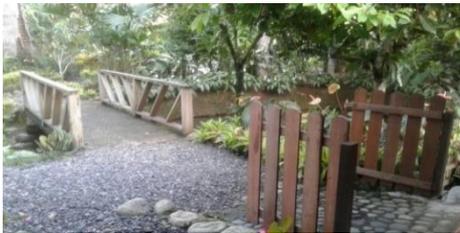
Acomodación de productos en cada área.



Ordenamiento de productos de alimentación.

SEISON [Limpieza-suprimir suciedad]: Junto con el personal de la empresa se dio mantenimiento a las puertas de las áreas del restaurante.

Antes



Limpieza alrededor del restaurante.

Después



Arreglo de bisagra en la puerta del área del restaurante.



Desordenamiento en el área de cocina y limpieza.



Ordenamiento y aseo del entorno.

SEIKETSU [Estandarizar-señalar anomalías]: Se produjo un diálogo con el personal para estandarizar los diferentes procesos en las áreas de limpieza, ventas, elaboración de alimentos.

Continua...

...Continuación

Antes	Después
 <p data-bbox="316 611 826 680">Realización de identificación de los productos de alimentación.</p>	 <p data-bbox="850 611 1361 680">Listado de nombre de los productos etiquetado.</p>
 <p data-bbox="316 943 600 976">Arreglo de productos.</p>	 <p data-bbox="850 943 1273 976">Ordenamientos de alimentación.</p>
 <p data-bbox="316 1272 826 1341">Limpieza de maleza alrededor del establecimiento.</p>	 <p data-bbox="850 1272 1361 1341">Trabajo de limpieza realizado en un estado perfecto.</p>
 <p data-bbox="316 1570 826 1637">Desordenamiento el area de bodega de manteleria.</p>	 <p data-bbox="850 1570 1361 1637">Planchado, doblado de manteles y ordenamiento del sitio.</p>
 <p data-bbox="316 1899 655 1933">Aseo del punto ecológico.</p>	 <p data-bbox="850 1899 1249 1933">El punto ecológico mantenido.</p>
<p data-bbox="316 1933 1361 2002">SHITSUKE [Mantener la disciplina-seguir mejorando]: Se establecerá normas específicas para conservar un trabajo mutuo y seguir mejorando.</p>	

Continua...

...Continuación

 <p>Montaje de mesas.</p>	 <p>Decoración realizada para ocasión especial.</p>
 <p>Una pequeña conversión para una buena atención al cliente para el personal.</p>	 <p>Personal capacitado.</p>

Elaborado por: La autora

6.2.3. Módulo 2: enfoque en el cliente.

Herramienta 4: turistas y mercado

- Los resultados encontrados mediante el formulario (F-H4-01) segmentación del mercado desplegados en el “Anexo 26” se presentan a continuación:

Cuadro 14. Segmentación del mercado

SEGMENTO	NICHO
Extranjeros	Tercer Edad
	Familia
	Estudiantes
Nacionales	Turismo y naturaleza
	Negocio

Fuente: formulario (F-H4-01) segmentación del mercado.

Elaborado por: La autora

- Con ayuda del formulario (F-H4-02) análisis de necesidades del nicho en el “Anexo 27” seleccionado, asigno las necesidades del mercado establecido

anteriormente y se lo exhibe a continuación:

Cuadro 15. Análisis de necesidades del nicho seleccionado

NICHO	NECESIDADES DE LOS NICHOS			
Familia	Cercanía a cajero automático	Variedad de menú	Ambiente único cálido y distintivo	Calidad de servicio
Tercer Edad	Trato personalizado	Servicio inmediato	Ambiente único cálido y distintivo	Menú variado
Estudiantes	Atención satisfecha	Servicio de internet	Entretenimiento	Disposición amplia del salón
Turismo de naturaleza	Atención ágil	Atención personalizada	Variedad de comida fresca	Disposición amplia del salón
Negocio	Servicio internet	Disposición amplia del salón	Variedad de comida fresca	Atención personalizada

Fuente: Formulario (F-H4-02) análisis de necesidades del nicho seleccionado.

Elaborado por: La autora.

- Con ayuda del formulario F-H4-03: traducción de las necesidades del cliente en el “Anexo 28”, se obtuvo la siguiente información:

Cuadro 16. Traducción de las necesidades del cliente “nicho familia”

NICHO FAMILIA		DESCRIPCIÓN DE NICHOS		
Necesidades del Cliente. “ QUES”	Cercanía a cajero automático	Informando Ubicación de cajero	Publicando en un mapa la ubicación	Ubicación estratégica en caso comercial
	Variedad de menú	Producto saludable	Precio variado	Variedad platos a la carta
	Ambiente único cálido y distintivo	Música agradable	Decoración amigable	Instalaciones limpias y optimas
	Calidad de servicio	Atención buena	Productos de calidad	Con responsabilidad

Fuente: Formulario F-H4-03: traducción de las necesidades del cliente.

Elaborado por: La autora.

Cuadro 17. Traducción de las necesidades del cliente “nicho tercera edad”

NICHOS TERCERA EDAD		DESCRIPCION DE NICHOS		
Necesidades del Cliente. “QUEs”	Trato personalizado	Comida de buena calidad	Trato agradable	Comodidad
	Servicio inmediato	Rapidez	Atención inmediata	Excelente servicio
	Ambiente único cálido y distintivo	Música agradable	Fresco	Relajado
	Menú variado	Variedad de comida	Bebidas al gusto	Comida con buena temperatura

Fuente: Formulario F-H4-03: traducción de las necesidades del cliente.

Elaborado por: La autora.

Cuadro 18. Traducción de las necesidades del cliente “nicho estudiantil”

NICHOS ESTUDIANTE		DESCRIPCION DE NICHOS		
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Disposición amplia del Salón	Lugar acogedor	Orden y comodidad fresco	Segura
	Atención satisfecha	Excelente servicio	Buena presentación	Ofrecer platos a la carta
	Entretenimiento	Una vista impresionante	Una buena película	Música acogedora
	Servicio de internet	Wifi gratis	Cobertura rápida	Conexión inmediata

Fuente: Formulario F-H4-03: traducción de las necesidades del cliente.

Elaborado por: La autora.

Cuadro 19. Traducción de las necesidades del cliente “turismo de negocio”

NICHOS TURISMO DE NATURALEZA		DESCRIPCIÓN DE NICHOS		
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Servicio internet	Conexión inmediata	Gratis	Cobertura amplia
	Atención personalizada	Atención de los dueños	Trato amigable	Ser cortés y amable
	Variedad de comida fresca	Comida para llevar	Comida nutritiva	Comida masticable
	Disposición amplia del salón	Una ventilación fresca	Comodidad	Música acogedora

Fuente: Formulario F-H4-03: traducción de las necesidades del cliente.

Elaborado por: La autora.

- Mediante el formulario (F-H4-04) encuesta de satisfacción el cual se expone en el anexo 29, se encontró la siguiente información.

Tabla 11. Datos de los encuestados

DATOS DE LOS ENCUESTADOS				
Nombres	Fecha	Género M-F	Edad	Tipo de viaje
Andrés Mora	12-07-2019	Masculino	26	Turismo
Gabriela Morla	08-07-2019	Femenino	38	Otros
Nicolas Hidalgo	10-07-2019	Masculino	16	Turismo
Karina Banos	14-06-2019	Femenino	20	Turismo

Fuente: Formulario (F-H4-04) encuesta de satisfacción.

Elaborado por: La autora.

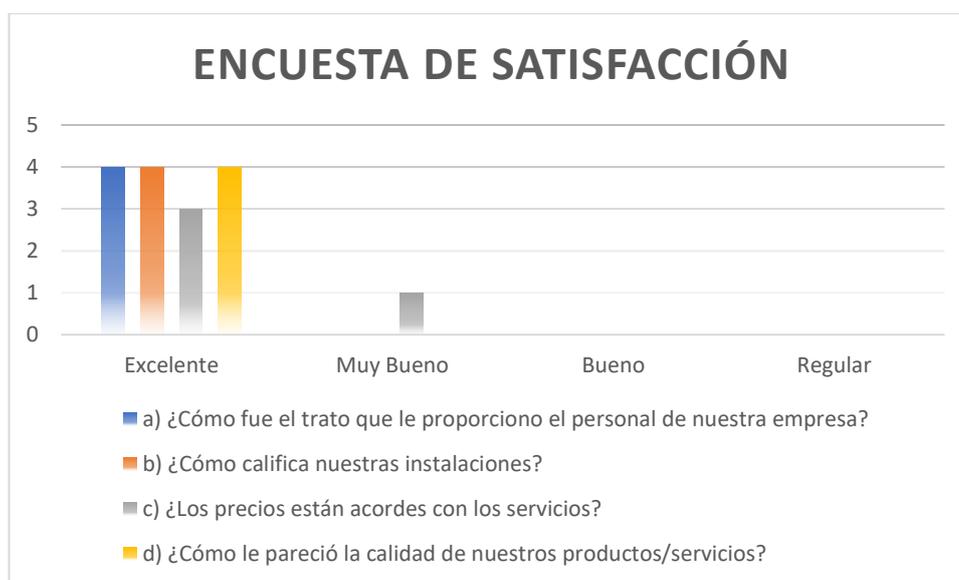
Tabla 12. Encuestas de satisfacción

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN				
a) ¿Cómo fue el trato que le proporciono el personal de nuestra empresa?	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular
	4			
b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?	4			
c) ¿Los precios están acordes con los servicios?	3	1		
d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos/servicios?	4			
e) ¿Volvería a elegirnos?	SI		NO	
	4		0	

Fuente: formulario (F-H4-04) Encuesta de Satisfacción.

Elaborado por: La autora.

Gráfico 9. Encuesta de satisfacción I.

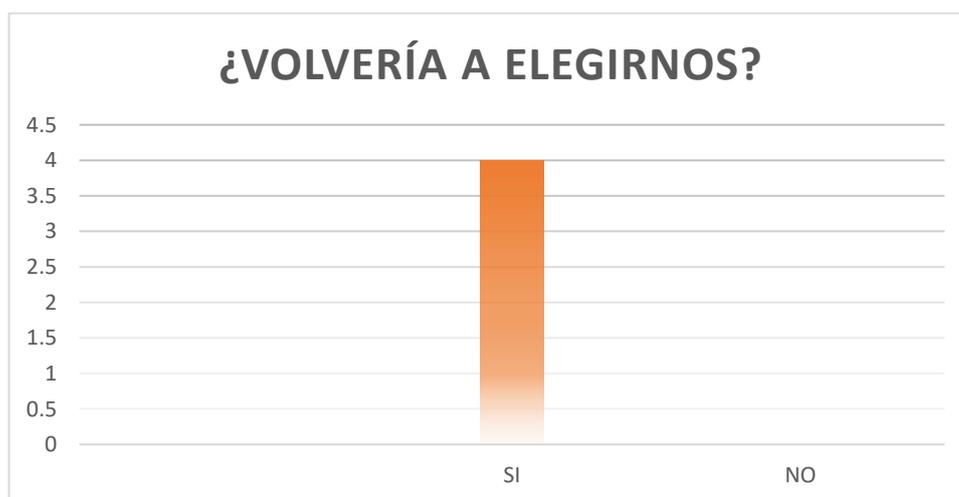


Fuente: Formulario (F-H4-04) encuesta de satisfacción.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Según los datos reflejados en el gráfico 9 podemos concluir mencionando que el restaurante cuenta con infraestructura y productos óptimos, no obstante, según los usuarios encuestados existen precios que no están del todo acorde al servicio que se ofrece.

Gráfico 10. Encuesta de satisfacción II.



Fuente: Formulario (F-H4-04) encuesta de satisfacción.

Elaborado por: La autora.

Interpretación: Como podemos observar en gráfico 10 la población encuestada si retornaría al restaurante, demostrando que la empresa está aplicando métodos de fidelización al consumidor.

- Se adquirió datos importantes mediante el uso del formulario F-H4-05 evaluación competitiva en el “Anexo 30”, los cuales se exponen a continuación:

Cuadro 20. Evaluación competitiva.

COMPETITILIDAD A Rio Napo Logde	COMPETITILIDAD B Sinchi Warmi
-Alojamiento de primera calidad -Alimentación -Piscina Actividades: -Excursiones a lugares privilegiados. - Garaje - Wifi -Los precios son accesibles	- Alojamiento -Alimentación Actividades: -Recorridos para observar la elaboración de artesanías - Demostración danzas ancestrales -Conocer el museo del lugar

Fuente: Formulario F-H4-05 evaluación competitiva.

Elaborado por: La autora.

Tabla 13. Evaluación competitiva

Aspectos valorados por el cliente.	Importancia relativa para el cliente					Qué tan bien cubrimos el aspecto valorado por el cliente.					Evaluación de la competencia			
											Multiplique A x B			
	1	2	3	4	5	Calificación	1	2	3	4	5	Nosotros	Comp. A	Comp. B
Calidad					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A			x				15	
						Competidor B			x					15
Servicio					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A			x				15	
						Competidor B			x					15
Ubicación					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A					x		25	
						Competidor B			x					15
Rapidez					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A			x				15	
						Competidor B			x					15
Accesibilidad					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A					x		25	
						Competidor B			x					15
Suma												125	95	75

Fuente: Formulario F-H4-05 evaluación competitiva.

Elaborado por: La autora.

Usando el formulario F-H4-06 definición de valor agregado en el “Anexo 31”, se destacó la siguiente información:

Cuadro 21. Definición de valor agregado

DEFINICIÓN DE VALOR AGREGADO	
Calidad	Implementación del SIGO como política de la empresa
Atención	Atendido por sus propios dueños y personal altamente calificado
Accesibilidad	Cuenta con accesibilidad en buen estado y con señalización en diferentes puntos
Precio	Los precios son acordes a los platos a la carta
Resolución de Quejas	Toman en cuenta, como una mejoría para un mejor servicio

Fuente: Formulario F-H4-06 definición de valor agregado.

Elaborado por: La autora.

Herramienta 5: Servicio y atención al cliente

La presente herramienta (formulario F-H5-01 del “Anexo 32”) se entregó en el restaurante, no obstante, la misma no fue utilizada por los comensales quienes manifestaron no tener ninguna queja o reclamo para el establecimiento.

Herramienta 6: ventas y fidelización.

Con esta herramienta se identificó los de venta y acciones para fidelización con los que cuenta la empresa:

Cuadro 22. Canales de Venta.

CANALES DE VENTA
<p style="text-align: center;">BOOKING:</p> <p>Mediante booking la empresa realiza promociones, reservas y exhibición de precios, para la facilidad del turista.</p>

Continua...

...Continuación

The screenshot shows a travel website interface. At the top, there are navigation options: Alojamiento, Vuelos, Alquiler de coches, and Taxis al aeropuerto. Below this, a search bar is filled with 'Puerto Misahuallí'. The search results show 'Puerto Misahuallí: 11 alojamientos encontrados' with a subtext 'Las 3 razones para visitar este lugar: naturaleza, selvas y paseos por la naturaleza'. A sidebar on the left contains search filters for destination, dates, and number of guests. The main content area features a listing for 'El Jardín Misahuallí Lodge' with a 9.6 rating, a photo of a lodge with a pool, and a testimonial from David from Ecuador.

REDES SOCIALES (FACEBOOK)

Las redes sociales son usadas más como una valla publicitaria con fotografías y videos promocionales, esperando que más personas se interesen por la variedad de servicios que tiene el restaurante.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'El Jardín Misahuallí Lodge'. The profile picture is a logo with a colorful design. The cover photo is a collage of three images: a waterfall, a lodge building, and a person receiving a massage. The page includes navigation tabs for 'Inicio', 'Opiniones', 'Fotos', 'Videos', 'Publicaciones', 'Información', and 'Comunidad'. There is a post area with a text input field and options for 'Foto/video', 'Etiquetar a a...', and 'Registrar visita'. A 'Comunidad' section is visible at the bottom.

EXPEDIA, INC:

Mediante Expedia, es estableció un convenio debido a que esta es una agencia de viaje, por medio de esta se exponen los servicios del restaurante y las promociones en grupo.

The screenshot shows the Expedia website listing for 'El Jardín Misahuallí Lodge'. The listing includes the hotel name, a star rating, and a large photo of a lodge interior with a pool. The page layout is typical of a travel agency listing, with navigation and search options at the top.

Elaborado por: La autora.

Cuadro 23. Acciones para fidelizar a los clientes.

ACCIONES PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES
PROMOCIONES TALES COMO:
Momentos especiales: Paquete Romántico El Jardín Misahuallí: INCLUYE: <ul style="list-style-type: none">· Hospedaje en Suite con Yacuzzi o Piscina.· Decoración romántica de la habitación.· Botella de Vino· Cena romántica servida junto al Yacuzzi o Piscina.· Desayuno
Cumpleaños Disfruta de excelentes promociones para grupos: 2 -5 personas GRATIS: Postre y copa de vino para el cumpleaños 6-9 Personas GRATIS: Postre para el cumpleaños y copa de vino para todos. 10-14 personas Cumpleaños come GRATIS y copa de vino para todos. 15-20 personas Cumpleaños come GRATIS, copa de vino para todos y 1 coctel gigante. 21 personas en adelante. Cumpleaños come GRATIS y copa de vino para todos, 1 coctel gigante y torta cumpleañosera de la casa.
Día de la Madre CELEBRA EL DIA DE LA MADRE Entrada: Cesta crocante rellena de camarones Plato fuerte: Filete migon de pollo servido en cremoso puré de papa y acompañado de verduras Postre: Tiramisú Copa de vino blanco Gaseosa MENU: \$22.00 por persona incluye IVA Reservas: 0991409096

Elaborado por: La autora.

6.2.4. Módulo 3: gestión de la rutina y la mejora

Herramienta 7: mejora de lo cotidiano

Se identificó las prioridades de estandarización gracias al formulario: F-H7-01: análisis de prioridades para la estandarización desplegado en el “Anexo 33” los mismos se exponen a continuación:

Cuadro 24. Prioridades para la estandarización

PRIORIDADES PARA LA ESTANDARIZACIÓN				
Elementos analizados	Frecuencia	Impacto en	Calificaciones	Acciones para
	Raro (1) Ocasional (2) Frecuencia (3)	Resultado Bajo (1) Medio (2) Alto (3)	Multiplicaciones de los 2 Factores	emprender
1. Limpieza	3	3	9	Cronograma de limpieza y registro diario.
2. Ventas	3	3	9	Promoción en redes sociales.
3. Elaboración de alimentos	3	3	9	Proceso de elaboración de recetas

Fuente: Formulario: F-H7-01: análisis de prioridades para la estandarización.

Elaborado por: La autora.

Con ayuda del formulario F-H7 – 02: procedimiento operativo desplegado en el “Anexo 34” se obtuvo los siguientes datos:

Cuadro 25. Procedimiento operativo I

PROCEDIMIENTO OPERATIVO		
Limpieza de bodega		
RESPONSABLE	FECHA	DESCRIPCIÓN
Yadira Calapucha	Sábado de 12:00pm a 4:00pm lo realiza todo el equipo personal del restaurante	-Revisión de bodega. -Limpieza del área de bodega. -Organizar los alimentos según sus productos. -Desinfección de cubierto y los demás materiales para un buen uso. -Verificar el estado optima de las instalaciones.

Fuente: Formulario: F-H7-01: análisis de prioridades para la estandarización.

Elaborado por: La autora.

Tabla 14. Procedimiento operativo II

PROCEDIMIENTO OPERATIVO		
Ventas de servicios		
RESPONSABLE	FECHA	DESCRIPCION
Edgar Castro propietario	Todos los días 08:00am a 10:00am	-Determinar la cantidad de personas que ingresan al restaurante y establecer pedidos de alimentos y bebidas. -Tabular y determinar platos y bebidas estrellas. -Analizar los costos y en base del listado de proveedores y mejorar costos sin bajar la calidad de los platos. -Establecer promociones y publicidad -Analizar posteriormente su demanda.

Fuente: Formulario: F-H7-01: análisis de prioridades para la estandarización.

Elaborado por: La autora.

Tabla 15. Procedimiento operativo III

PROCEDIMIENTO OPERATIVO		
Preparación de alimentos		
RESPONSABLE	FECHA	DESCRIPCION
Fabián Bejarano	Todos los días 7:00am a 5:00pm	-Usar una vestimenta acorde al chef -Comprar productos sanos -Emitir recetas -Establecer y ofertar platos a la carta

Fuente: Formulario: F-H7-01: análisis de prioridades para la estandarización.

Elaborado por: La autora.

b. Herramienta 8: gestión de la información

Tomando en consideración que los propietarios del restaurante no expusieron ninguno de los datos financieros necesarios para la elaboración de la herramienta 8 durante todo el proceso del Sistema inicial de gestión organizacional, se determinó dejar en blanco la misma.

c. Herramienta 9: política básica y evaluación de resultados

Con ayuda del formulario F-H9-02: creación de matriz FODA desplegado en el “Anexo 34”, se procedió a elaborar la misma.

Cuadro 26. Matriz "FODA "

MATRIZ FODA		
INTERNAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	A. Preparación profesional.	A. Apoyo de parte de Ministerio de Turismo.
	B. Lugar natural.	B. Agencia Frida Ecuador.
	C. Ofrece servicios y producto de calidad.	C. Visitas de turistas.
	D. El sistema SIGO como política de la empresa.	D. Empatía del cliente por el producto.
	DEBILIDADES	AMENAZAS
	A. Insuficiente capacidad en idioma.	A. Dependencia de combustible.
	B. Incremento de competencia.	B. Enfermedades producidos por mosquitos.
	C. Cercanía de otros restaurantes.	C. Crisis económica del País.
	D. Falta de modalidades de pago.	D. Cajero automático.
E. Falta de recurso financiero.	E. Poco poder de negociación con proveedores.	
		EXTERNAS

Fuente: Formulario F-H9-02: creación de matriz FODA

Elaborado por: La autora.

Con ayuda del formulario F-H9-01 política básica: misión, visión y valores desplegado en el “Anexo 36”, se establecieron las mismas.

Cuadro 27. Política básica

Misión:
Restaurante “El Jardín” Somos una empresa dedicada a prestar servicio de alimentación y bebidas de calidad, ofreciendo al cliente un lugar que disfrute una forma diferente de la vida y el gusto a la comida tanto a los extranjeros y nacionales
Visión:
Ser reconocido a nivel nacional e internacional aplicando alta estándares de calidad
Valores:

Continua...

...Continuación

Valores:
<p>Honestidad: Es el valor de decir la verdad, ser decente, recatado, razonable, justo u honrado. Desde un punto de vista filosófico es una cualidad humana que consiste en actuar de acuerdo como se piensa y se siente.</p>
<p>Pasión: Crear productos para lograr la satisfacción propia y de los clientes, con el agrado de hacer cumplido con nuestra tarea.</p>
<p>Empatía: la capacidad para ponerse en el lugar del otro y saber lo que siente o incluso lo que puede estar pensando.</p>

Fuente: Formulario F-H9-02: creación de matriz FODA

Elaborado por: La autora.

6.3. Elaboración de un plan de acciones correctivas para el restaurante “El Jardín Misahuallí”.

Cuadro 28. Plan de acciones correctivas

PRINCIPALES RETOS Y ACCIONES INMEDIATAS DE MEJORA			
<i>Principales problemas del negocio</i>	<i>Posibles acciones de mejora</i>	<i>Priorizar acciones de mejora</i>	<i>Porcentaje de cumplimiento</i>
1. Bodega de mantelería en desorden.	Arreglo de la bodega de mantelería.	Alta	100%
2. Productos y alimentación en desorden.	Listado de nombres de los productos de alimentación y orden de este.	Media	100%
3. Área de cocina en desorden.	Mantenimiento en el área de cocina.	Alta	100%
4. Maleza alrededor del restaurante	Limpieza alrededor del restaurante.	Alta	100%
5. Basureros sucios.	Limpieza de basurero.	Media	100%
6. Área común del restaurante en mal estado.	Remodelación de área común del restaurante.	Media	100%
7. Puerta principal en deterioro.	Cambio de puerta principal.	Alta	100%

Elaborado por: La autora

G. CONCLUSIONES

La implementación del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) se planteó como primer paso, conocer la situación actual del Restaurante “El Jardín Misahuallí”, en este proceso se obtuvo una ponderación de 75 puntos sobre 90 equivalente al 83,33%, determinándose un estado situacional inicial con resultados positivos, verificando que la empresa tiene un manejo administrativo y operativo bueno.

Se implementó la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en el Restaurante “El Jardín Misahuallí”, a través de 6 capacitaciones a los propietarios de la empresa turística de parte de los funcionarios de Ministerio de Turismo, 7 asesoras técnicas de mi persona y 19 formularios de los cuales se obtuvo una ponderación de 77,78 % de los 90 puntos lo que les permite hacerse acreedores al certificado Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).

Para elaborar el tercer objetivo se planteó 7 acciones correctivas para el restaurante “El Jardín Misahuallí” de los cuales se cumplió con éxito el 100% de las mismas demostrando la predisposición de los propietarios y colaboradores del establecimiento.

H. RECOMENDACIONES

Que el programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional, no solo sea un distintivo para las entidades turísticas, si no también que se convierta en una marca de calidad registrada a nivel nacional.

Dentro de un proyecto tan ambicioso como lo fue este, siempre se desea que exista una mejora continua del mismo, por lo tanto, se recomienda al Ministerio de Turismo, aplicar un seguimiento del proceso después de un tiempo apropiado (cada 2 años).

Que el Ministerio de Turismo siga con la vinculación de estudiantes en los proyectos públicos, brindando a través de estos para promover el desarrollo de la provincia.

I. BIBLIOGRAFÍA

Cabello Blanco, R. (2015). *Organización de procesos de cocina*. Madrid: Editorial Elearning S.L.

Cetina Molina, J. P., & Díaz Arévalo, M. C. (26 de Enero de 2018). *Universidad Externado de Colombia*. Obtenido de <https://bdigital.uexternado.edu.co>

Daza Rodríguez, M. E., Daza Porto, M. I., & Pérez Orozco, A. B. (13 de Diciembre de 2016). *Universidad de Santander, Campus Valledupar*. Obtenido de <https://revistas.udes.edu.co>

Del Toro, A. (2016). *Técnicas de servicio en el restaurante*. Manabí: Cuidado Editorial.

Enríquez Hidalgo, M. A. (18 de Mayo de 2018). *Universidad Técnica del Norte*. Obtenido de <https://repositorio.utn.edu.ec>

Guerrero Luján , R. (2019). *Procesos básicos de preparación de alimentos y bebidas*. Madrid: Ediciones Paninfo S.A.

Hidalgo, M. (1 de diciembre de 2015). *datatur.sectur.gob.mx*. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx>

Huilcapi Masacon, M., Jácome Lara, G., & Castro López, G. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Revista Científica Dominio de Ciencia*, 311-333.

López Mosquera, D. C. (15 de Febrero de 2018). *Univesidad Catolica*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec>

Marrero Hernández, F. (6 de Nobiembre de 2016). *Momomarrero.com*. Obtenido de www.hosteltur.com

MINTUR. (2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Quito: Lexus.

Montenegro Solórzano, E. A. (21 de Diciembre de 2016). *Universidad San Francisco de Quito USFQ*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (12 de Junio de 2016). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de www.e-unwto.org

Paredes, M., Nolivos, B., Tabango, M., & Fiallos, E. (2015). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial, Parroquia Puerto Misahuallí*. Tena.

Pérez Utrera , R. (2014). *Diseños de productos y servicios turísticos locales*. Madrid: Editorial Elearning S.L.

Ponce de León Román, D. (5 de Octubre de 2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec>

Salazar Yépez, W., & Cabrera Vallejo, M. (2 de Diciembre de 2016). *iifi@unmsm.edu.pe*. Obtenido de <http://www.redalyc.org>

Solís-Radilla, M. M., Hernández Lobato, L., & Villagómez Méndez, J. (8 de Enero de 2016). *riarevistainvestigacion@gmail.com*. Obtenido de <https://www.redalyc.org>

Suárez Bazalar, R. (1 de Julio de 2016). *iifi@unmsm.edu.pe*. Obtenido de <http://www.redalyc.org>

Toapanta Lema, G. A. (16 de Junio de 2017). *UDLA, Escuela de Gastronomía*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec>

J. ANEXOS

Anexo 1. Formulario F-G-01

Logo de
la empresa

Lista de Verificación (F-G-01)



Empresa.....

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

Calidad Personal	30 puntos
Enfoque en el Cliente	30 puntos
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.					
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	Suma:				
La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	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	Suma:				
La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	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	Suma:				
La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	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	

Empresa: _____ Fecha: _____
 (Razón Social y RUP o RISE)

Nombre del Evaluado: _____ Firma: _____

Nombre del Evaluador: _____ Firma: _____

Anexo 2. Formulario F-G-02

Logo de
la empresa

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?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
2. Ausentismo e impuntualidad	¿Es alto? ¿Sube?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
3. % de ingresos destinados a capacitación del personal	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
4. Número de accidentes laborales de la empresa	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
COMERCIALES		
1. Participación en el mercado	¿Sube? ¿Buena afluencia y permanencia de clientes?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
2. Satisfacción de clientes	¿Las quejas suben? ¿Se aplican encuestas de satisfacción?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
3. Porcentaje de ocupación mensual	¿Es aceptable? ¿Es menor, mayor o similar a la ocupación del mercado?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

4. Tarifa promedio (Alojamiento) Consumo promedio por pax (Agencias) Cubierto	¿Es muy baja con respecto a la tarifa RACK?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
INTERNOS		
1. Productividad, procesos clave	¿Mejoramos? ¿Cómo estamos con respecto a la competencia?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
2. Desperdicios	¿Mejoramos? ¿Son elevados? ¿Los conocemos?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
3. Innovación	¿Hay nuevos productos o proyectos? ¿Hay mejoras o innovaciones?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
FINANCIEROS		
1. Utilidad	¿Suficiente? ¿Sube? o ¿Baja?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
2. Rentabilidad	¿Mayor al costo del capital?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
3. Liquidez	¿Cuenta con dinero suficiente para cubrir sus pagos en el	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
4. Margen Neto sobre ventas	¿Es suficiente cubrir los gastos?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>

Anexo 3. Formulario F-G-03

Logo de la Empresa

Diagnóstico de la Estructura Financiera

(F-G-03)



SIGO
Sistema Nacional de
Gestión Organizacional
EQUADOR

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

Anexo 4. Formulario F-H1-01

Logo de la empresa	<h2 style="margin: 0;">Cronograma de Implementación del Sistema SIGO y Entregables</h2> <p style="margin: 0;">(F-H1-01)</p>														
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														F – H1 – 04:

	Herramienta 2 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).																			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: _____															
N o	Descripción de Actividades	Responsabl e	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																			Registro: Documento que

	beneficios que la empresa ofrece a los clientes y seleccionar el canal de venta apropiado para transmitirlo																		expresar 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 expomga 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. Formulario F-H1-02

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 de Evaluación de Resultados										

Anexo 6. Formulario F-H1-03

<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 :		Propietario y/o Gerente:		
Firma:		Firma de Aprobación:		
Miembros del Equipo:				
Firma:				

Anexo 7. Formulario F-H2-01

Logo de la empresa	Diagnóstico de Puesto (F-H2-01)	 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional ECUADOR
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:	
Nombre:	Puesto que desempeña:	
Mencione cuáles son las actividades que cubre con mayor facilidad y cuáles en las que tiene algunas dificultades en su puesto:		
Mencione como evalúa su desarrollo personal en la organización:		
¿Qué áreas necesita fortalecer a nivel personal para poder cumplir de una mejor forma con los objetivos y tareas asignadas?		
¿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	

Anexo 8. Formulario F-H4-01

Logo de
la empresa

Segmentación del Mercado
(F-H4-01)



SEGMENTOS

Listar de acuerdo al grado de importancia

NICHOS

Listar de acuerdo al grado de
Importancia

POR VARIABLE _____ :



1	
2	
3	

a	
b	
c	



1	
2	
3	



1	
2	
3	

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 9. Formulario F-H4-02

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					
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?					

Anexo 10. Formulario F- H4-03

Logo de
la empresa

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



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

Nicho: _____

Especificaciones de Diseño "COMOs"		1º Como	2º Como	3º Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	1º Que			
	2º Que			
	3º Que			
	4º Que			

Anexo 11. Formulario F-H4-04

Logo de
la empresa

Encuesta de Satisfacción (F-H4-04)



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

Nombre: _____ Fecha: _____

Sexo: M F

Email : _____ Edad: _____

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

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



	Excelen te	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
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. Formulario F-H4-05

Logo de la empresa

Evaluación Competitiva
(F-H4-05)



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			
											Multiplique A x B			
	1	2	3	4	5	Calificación	1	2	3	4	5	Nosotros	Comp. A	Comp. B
Primer Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
Calidad						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			
<p>Nota 1. En un Hotel o Restaurante, los aspectos podrán ser: Calidad, Servicio, Rapidez, Ubicación, Ambiente, Tranquilidad, Postura de Atención</p> <p>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.</p>														

Anexo 13. Formulario F-H4-06

Logo de
la empresa

Definición de Valor Agregado (F-H4-06)



Considerar	Redactar cuales serán los aspectos diferenciales del servicio ofrecido en cada ítem
Calidad	
Atención	
Accesibilidad	
Precio	
Resolución de Quejas	
Otros	

Anexo 14. Formulario F-H5-01

Logo de de la empresa	Gestión de Reclamos y Quejas (F-H5-01)	 SIGO Sistema Inicial de Gestión Organizacional 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. Formulario F-H7-01

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

<p>Factores para establecer prioridades Se evalúan 2 factores que afectan los resultados de los procesos. Los de mayor calificación deben ser estandarizados primero</p>	<p>Frecuencia - Raro (1) Ocasional (2) Frecuente (3)</p>	<p>Impacto en Resultados - Bajo (1) Medio (2) Alto (3)</p>	<p>Calificación - Multiplicación de los 2 factores</p>	<p>Acciones a emprender Los procesos o actividades que tengan una calificación alta, son candidatos para ser estandarizados a través de las siguientes acciones:</p>
<p>Elementos Analizados Procesos o actividades del negocio</p>				
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Anexo 16. Formulario F-H7-02

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

Cuando se hace la actividad

Dónde se realiza la actividad

Anexo 17. Formulario F-H9-02

Logo de
la empresa

Creación de Matriz FODA
(F-H9-02)



MATRIZ FODA				
INTERNAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	EXTERNAS	
	A	A		
	B	B		
	C	C		
	D	D		
	E	E		
	DEBILIDADES	AMENAZAS		
	A	A		
	B	B		
C	C			
D	D			
E	E			

Anexo 18. Formulario F-H9-01

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 limita y orientan el comportamiento de las personas y deben ser descritos claramente		
Valores:		

Anexo 19. Lista de verificación (F-G-01).



Lista de Verificación (F-G-01)



Empresa: Restaurante “El Jardín Misahualli”

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

Calidad Personal	30 puntos
Enfoque en el Cliente	30 puntos
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 diferentes herramientas de gestión.				x	
Puntaje: 30 puntos	Suma:		36		
La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Total:		27		

* 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:	32			
	Total:	24			

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.					
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 basándose en los documentos con los que se estandarizó la rutina.					x
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 La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:	32			
	Total:	24			

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	27
2. Enfoque en el Cliente	24
3. Gestión de Rutina y La Mejora	24
Puntuación por asistencia	
Puntuación total obtenida	75

Empresa: _____
(Razón Social y RUP o RISE)

Fecha: _____

Nombre del Evaluado: _____

Firma: _____

Nombre del Evaluador: _____

Firma: _____

Anexo 20. Diagnóstico de resultados (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?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ausentismo e impuntualidad	¿Es alto? ¿Sube?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. % de ingresos destinados a capacitación del personal	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Número de accidentes laborales de la empresa	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
COMERCIALES				
1. Participación en el mercado	¿Sube? ¿Buena afluencia y permanencia de clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Satisfacción de clientes	¿Las quejas suben? ¿Se aplican encuestas de satisfacción?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Porcentaje de ocupación mensual	¿Es aceptable? ¿Es menor, mayor o similar a la ocupación del mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Tarifa promedio (Alojamiento) Consumo promedio por pax (Agencias) Cubierto promedio (Alimentos y Bebidas)	¿Es muy baja con respecto a la tarifa RACK?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INTERNOS				
1. Productividad, procesos clave	¿Mejoramos? ¿Cómo estamos con respecto a la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Desperdicios	¿Mejoramos? ¿Son elevados? ¿Los conocemos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Innovación	¿Hay nuevos productos o proyectos? ¿Hay mejoras o innovaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FINANCIEROS				
1. Utilidad	¿Suficiente? ¿Sube? o ¿Baja?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Rentabilidad	¿Mayor al costo del capital?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Liquidez	¿Cuenta con dinero suficiente para cubrir sus pagos en el corto plazo?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Margen Neto sobre ventas	¿Es suficiente cubrir los gastos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 21. Diagnóstico de la estructura financiera (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	Mal 3	Nula 1	Baja 2	Alta 3			
Rentabilidad	Entre	Ventas	Precio	X						X		
			Volumen		X					X		
	Resultado	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	
	Capital Invertido	Entre	Activos	Gastos Financieros Intereses de los Prestamos Recibidos		X					X	
				Efectivo y Bancos	X						X	
		Menos	Cuentas por Cobrar Deudas de nuestros Clientes				X				X	
			Inventarios Materiales Primas en depósito, Amenities en depósito, etc.	X							X	
			Activo Fijo Terrenos, Edificios, Maquinaria y Equipos		X						X	
			Pasivo	Pasivo a Corto Plazo Proveedores, Deudas		X					X	
Pasivo a Largo Plazo Acreedores					X						X	

Anexo 22. Cronograma de Implementación del Sistema SIGO y Entregables (F-H1-01).

EMPRESA: Restaurante "El Jardín"		FECHA: abril 2019		RESPONSABLE DEL PROYECTO: Edgar Castro											
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: Restaurante "El Jardín"		FECHA: mayo – junio 2019		RESPONSABLE DEL PROYECTO: Edgar Castro											
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

Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1 Mayo				MES 2 Junio				MES 3 Julio				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 período 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 23. Matriz de asignación de responsabilidades (F-H1-02)



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



Elaboró Carlos Alvarado		Aprobó:					Fecha:17/04/2019				
Herramientas		Nombres de los Responsables									
		Carlos Alvarado	Yadira Calapucha	Klever Andy			23/04/2019	24/04/2019	22/05/2019	10/07/2019	
H1	Cambio y Lenguaje Propio	x					x				
H2	Desarrollo Humano y Liderazgo	x					x				
H3	El Método de las 5S	x	x	x			x		x		
H4	Turistas y Mercado	x							x		
H5	Servicio y Atención al Cliente	x					x			x	
H6	Ventas y Fidelización.	x							x		
H7	Mejora de lo Cotidiano	x							x	x	
H8	Gestión de la Información	x								x	
H9	Política Básica y Evaluación de Resultados	x								x	

Anexo 24. Sistema QQCC(F-H1-03)



Sistema QQCC (F-H1-03)



Nombre de la Empresa: El restaurante "El Jardín Misahualli"	Herramienta N°: 1
Fecha de Elaboración: 24 abril-2019	Fecha de Exposición y Revisión de Resultados: 19-abrriil-2019
Objetivo: Mejorar la calidad de servicio en el restaurante "El Jardín Misahualli"	Meta: Mejorar las condiciones humanas y físicas en el restaurante.

Acción	¿Qué? Descripción de la acción	¿Quién? Responsable	¿Cómo? Disposición de tiempo y recursos	¿Cuándo? Fecha límite
1	Capacitaciones	Carlos Alvarado	Capacitación, para concientizar atención al cliente, mediante el proyecto SIGO	Cada mes hasta concluir el programa
2	Revisión de las bodegas de mantelería	Carlos Alvarado	Revisión, orden y limpieza 2 horas	Lunes de cada semana
3	Limpieza de piscina	Klever Andy	20 minutos en mantenimiento de piscina	Todos los días
4				
Responsable de la herramienta: Carlos Alvarado Firma: Miembros del Equipo: Firma:			Propietario y/o Gerente: Edgar Castro Firma de Aprobación:	

Anexo 25. Diagnóstico de puesto(F-H2-01)



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:
Restaurante	5 años
Nombre:	Puesto que desempeña:
Carlos Alvarado	Recepcionista

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

Facilidad:

Ser amable dar un buen servicio y atención al cliente

Dificultades

No saber el idioma ingles

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

Ser puntual y estar atento en trabajo

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

El idioma ingles

Conocimientos más amplios de recepción.

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:

Capacitación en idioma ingles

Capacitación en informáticas redes sociales y páginas web

Observaciones, comentarios, sugerencias:

Ninguna

Carlos Alvarado

Edgar Castro



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:
<u>Chef</u>	<u>2 años</u>
Nombre:	Puesto que desempeña:
<u>Fabián Bejarano</u>	<u>Cocinero</u>

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

Facilidad:

Agilidad en la manipulación de alimentos

Dificultades

Ninguna

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

Es bueno

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

Conocimiento en áreas de limpieza en bodega

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:

Capacitación en manipulación de alimentos

Capacitación en ingles

Observaciones, comentarios, sugerencias:

Ninguna

Fabián Bejarano

Edgar Castro



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:
Mantenimiento	8 meses
Nombre:	Puesto que desempeña:
Klever Andy	Mantenimiento de piscinas

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

Facilidad:

Hace un trabajo bien con entusiasmo

Dificultades

Falta de conocimiento en motores de piscina

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

Muy bien

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

Conocer más el mantenimiento de la maquinaria con la cual trabaja.

12. ¿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:

Capacitación en mantenimiento de la maquinaria

Capacitación en alimento y bebida

Observaciones, comentarios, sugerencias:

Es responsable y puntual

Klever Andy

Edgar Castro



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:
Decoración de platos	5 años
Nombre:	Puesto que desempeña:
Yadira Calapucha	cocina

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

Facilidad:

Hace un trabajo agrado específicamente para los clientes

Dificultad

Rapidez

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

Es responsable, conoce de su trabajo.

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

Ninguna

16. ¿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:

Capacitación en idioma ingles

Capacitación en pasteleria

Observaciones, comentarios, sugerencias:

Ninguna

Yadira Calapucha

Edgar Castro

Anexo 26. Segmentación del mercado (F-H4-01)



Segmentación del Mercado

(F-H4-01)



SEGMENTOS

Listar de acuerdo al grado de importancia

POR VARIABLE: Geográficas

A	Extranjeros
B	Nacionales
C	

NICHOS

Listar de acuerdo al grado de Importancia

1	Tercer Edad
2	Familia
3	Estudiantes

1	Turismo y naturaleza
2	Negocio
3	

1	
2	
3	

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 27. Análisis de necesidades del nicho seleccionado (F-H4-02)



Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado

(F-H4-02)



Listar en Orden de Importancia				
Nicho	1º Que	2º Que	3º Que	4º Que
a1= Familia	Cercanía a cajero automático	Variedad de menú	Ambiente único cálido y distintivo	Calidad de servicio
a2= Tercer Edad	Trato personalizado	Servicio inmediato	Ambiente único cálido y distintivo	Menú variado
a3=Estudiantes	Atención satisfecha	Servicio de internet	Entretenimiento	Disposición amplia del salón
a4= Turismo de naturaleza	Atención ágil	Atención personalizada	Variedad de comida fresca	Disposición amplia del salón
a5= Negocio	Servicio internet	Disposición amplia del salón	Variedad de comida fresca	Atención personalizada
Como definir las Necesidades de un Nicho de Mercado				
<ol style="list-style-type: none"> 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				
<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 28. Traducción de las necesidades del cliente(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: a.1 familia

Especificaciones de Diseño "COMOs"		1° Como	2° Como	3° Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Cercanía a cajero automático	Informando Ubicación de cajero	Publicando en un mapa la ubicación	Ubicación estratégica en caso comercial
	Variedad de menú	Producto saludable	Precio variado	Variedad platos a la carta
	Ambiente único cálido y distintivo	Música agradable	Decoración amigable	Instalaciones limpias y optimas
	Calidad de servicio	Atención buena	Productos de calidad	Con responsabilidad

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

Nicho: a.2 tercera edad

Especificaciones de Diseño "COMOs"		1° Como	2° Como	3° Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Trato personalizado	Comida de buena calidad	Trato agradable	Una comodidad fresca
	Servicio inmediato	Rapidez	Atención inmediata	Excelente servicio
	Ambiente único cálido y distintivo	Música agradable	Fresco	Relajado
	Menú variado	Variedad de comida	Bebidas al gusto	Comida con buena temperatura

Traducción de las Necesidades del Cliente "QUEs" en Especificaciones de Diseño "COMOs"				
Nicho: a3= Estudiantes				
Especificaciones de Diseño "COMOs"		1° Como	2° Como	3° Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Disposición amplia del salón	Lugar acogedor	Orden y comodidad fresco	Segura
	Atención satisfecha	Excelente servicio	Buena presentación	Ofrecer platos a la carta
	Entretenimiento	Una vista impresionante	Una buena película	Música acogedora
	Servicio de internet	Wifi gratis	Cobertura rápida	Conexión inmediata
Traducción de las Necesidades del Cliente "QUEs" en Especificaciones de Diseño "COMOs"				
Nicho: a3=Turismo de naturaleza				
Especificaciones de Diseño "COMOs"		1° Como	2° Como	3° Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Servicio internet	Conexión inmediata	Gratis	Cobertura amplia
	Atención personalizada	Atención de los dueños	Trato amigable	Ser cortés y amable
	Variedad de comida fresca	Comida para llevar	Comida nutritiva	Comida masticable
	Disposición amplia del salón	Una ventilación fresca	Comodidad	Música acogedora
Traducción de las Necesidades del Cliente "QUEs" en Especificaciones de Diseño "COMOs"				
Nicho: a3= Negocio				
Especificaciones de Diseño "COMOs"		1° Como	2° Como	3° Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	Servicio internet	gratis	Conexión inmediata	Cobertura amplia
	Comida fresca	Comida con buena temperatura	Variedad de menú	Comida nutritiva
	Rapidez en el servicio	Que sea un servicio de calidez	Atención buena	Una presentación de buena presencia
	Orden y limpieza	acogedor	Ventilación fresca	Un lugar amplio

Anexo 29. Encuesta de satisfacción (F-H4-04)



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



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

Fecha: 14-06-2019

Nombre: Karina Banos Sexo: M FX

Email : karybanos@hotmail.es Edad: 20

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

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

	Muy Excelente	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: 08-07-2019

Nombre: Gabriela Morla Sexo:

Email : gabrielaorla@hotmail.es Edad: 38

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro x Cliente:

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

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
-----------	-----------	-------	---------	------

a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Los precios están acordes con los servicios?

d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?

e) ¿Volvería a elegirnos? Si No

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Más variedad en el menú, en redes sociales se ofrecía nuevos platos pero no tenían disponibles



Encuesta de Satisfacción
(F-H4-04)



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

Fecha : 10-07-2019

Nombre: Nicolás Hidalgo

Sexo: M F

Email : andmo@hotmail.es

Edad: 16

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo x | Otro

Cliente: Habitual Esporádico

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

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Mal
--	-----------	-----------	-------	---------	-----

a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

c) ¿Los precios están acordes con los servicios?

d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?

e) ¿Volvería a elegirnos? Si No

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?
Que wifi funcione en las habitaciones



Encuesta de Satisfacción (F-H4-04)



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

Fecha: 12-07-2019

Nombre: Andrés Moran

Sexo: M F

Email andmor@hotmail.es

Edad: 26

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo x | Otro

Cliente: Habitual Esporádico

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



Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Mal	o
-----------	-----------	-------	---------	-----	---

a) ¿Cómo fue el trato que le proporcionó el personal de nuestra empresa?

x					
---	--	--	--	--	--

b) ¿Cómo califica nuestras instalaciones?

x					
---	--	--	--	--	--

c) ¿Los precios están acordes con los servicios?

x					
---	--	--	--	--	--

d) ¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos / servicios?

x					
---	--	--	--	--	--

e) ¿Volvería a elegirnos? Si No

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Anexo 30. Evaluación competitiva (F-H4-05)



Evaluación Competitiva (F-H4-05)



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	Comp. A	Comp. B
Primer Aspecto					x	Nosotros					x	25		
Calidad						Competidor A			3				15	
						Competidor B			3					
Segundo Aspecto					x	Nosotros					x	25		
Servicio						Competidor A				x			15	
						Competidor B			x					
Tercer Aspecto					x	Nosotros					x	25		
Ubicación						Competidor A					x		25	
						Competidor B			x					
Cuarto Aspecto					x	Nosotros					x	25		
Rapidez						Competidor A			x				15	
						Competidor B			x					
Quinto Aspecto						Nosotros					x	25		
accesibilidad						Competidor A					x		25	
						Competidor B			x					
Para mejorar, hay que considerar donde enfocar los esfuerzos en función de A y B.											Suma	125	95	75
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 31. Definición de valor agregado (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
Accesibilidad	Cuenta con accesibilidad en buen estado y con señalización en diferentes puntos
Precio	Los precios son acorde a los platos a la carta
Resolución de Quejas	Toman en cuenta, como una mejoría para un mejor servicio

Anexo 32. Gestión de reclamos y quejas (F-H5-01)



**Gestión de Reclamos y Quejas
(F-H5-01)**



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

REVISIÓN

Grado de cumplimiento de la acción:

Contacto con cliente: SI O NO

Medio de contacto:

Respuesta:

Fecha:

FIRMA

Anexo 33. Análisis de prioridades para la estandarización (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

<p>Factores para establecer prioridades Se evalúan 2 factores que afectan los resultados de los procesos. Los de mayor calificación deben ser estandarizados primero</p>	<p>Frecuencia - Raro (1) Ocasional (2) Frecuente (3)</p>	<p>Impacto en Resultados - Bajo (1) Medio (2) Alto (3)</p>	<p>Calificación - Multiplicación de los 2 factores</p>	<p>Acciones a emprender Los procesos o actividades que tengan una calificación alta, son candidatos para ser estandarizados a través de las siguientes acciones:</p>
<p>Elementos Analizados Procesos o actividades del negocio</p>				
1. Limpieza	3	3	9	Cronograma de limpieza y registro diario.
2. ventas	3	3	9	Promoción en redes sociales.
3. Elaboración de alimentos	3	3	9	Proceso de elaboración de recetas
4.				

Anexo 34. Procedimiento operativo (F-H7-02)



Procedimiento Operativo (F-H7-02)



PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Área de la Empresa: Bodega

Actividad del Proceso: limpieza del Bodega

Procedimiento: 1

Elaboró: Carlos Alvarado

Aprobó: Edgar Castro

Firma:

Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento: Yadira Calapucha

Fecha: 11-07-2019

Versión: 1

Descripción de la actividad: limpieza del Bodega

Objetivo del Procedimiento: limpieza del Bodega para un mayor orden y agilidad en la preparación de alimentos.

Registros de revisiones efectuadas a este documento: Uno

Procedimiento

Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso

Sábado de 12:00pm a 4:00pm lo realiza todo el equipo personal del restaurante.

Quién hace la actividad

Yadira Calapucha y demás colaboradores.

Qué y cómo se hace la actividad

1. Revisión de bodega
2. Limpieza toda el área
3. Organizar los alimentos según sus productos
4. Desinfección de cubierto y los demás materiales para un buen uso
5. Verificar el estado optima de las instalaciones

Cuando se hace la actividad

La limpieza es diaria según el cronograma establecido, para toda el área hay un día específico

Dónde se realiza la actividad

En el restaurante el Jardín



Procedimiento Operativo
(F-H7-02)



PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Área de la Empresa: Comedor

Actividad del Proceso: Preparación de alimentos	Procedimiento: 1	
Elaboró: Carlos Alvarado	Aprobó: Edgar Castro	Firma:
Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento: Fabián Bejarano	Fecha: 11-07-2019	Versión: 1

Descripción de la actividad: Elaboración y Preparación de alimentos

Objetivo del Procedimiento: Estandarizar el proceso y métodos de cocción

Registros de revisiones efectuadas a este documento: Uno

Procedimiento

Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso	Menú a la carta
Quién hace la actividad	Chef Cocinero
Qué y cómo se hace la actividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usar una vestimenta acorde al chef 2. Comprar productos sanos 3. Emitir recetas 4. Establecer y ofertar platos a la carta
Cuando se hace la actividad	Todo los días
Dónde se realiza la actividad	En el restaurante el Jardín



Procedimiento Operativo
(F-H7-02)



PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Área de la Empresa: Ventas

Actividad del Proceso: Ventas de servicios

Procedimiento: 1

Elaboró: Carlos Alvarado

Aprobó: Edgar Castro

Firma:

Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento: Edgar Castro

Fecha: 11-07-2019

Versión: 1

Descripción de la actividad: Ventas de servicios de Alimentos y Bebidas

Objetivo del Procedimiento: Mejorar los ingresos económicos de nuestra empresa.

Registros de revisiones efectuadas a este documento: Uno

Procedimiento

Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Montos de ventas diarios. 2. Cantidad de comensales que ingresan al restaurante 3. Costos y recetas estándar.
Quién hace la actividad	Gerente administrador dueño
Qué y cómo se hace la actividad	<ol style="list-style-type: none"> 6. Determinar la cantidad de personas que ingresan al restaurante y establecer pedidos de alimentos y bebidas. 7. Tabular y determinar platos y bebidas estrellas. 8. Analizar los costos y en base del listado de proveedores y mejorar costos sin bajar la calidad de los platos. 9. Establecer Promociones y publicidad 10. Analizar posteriormente su demanda.
Cuando se hace la actividad	Una vez por semana
Dónde se realiza la actividad	Restaurante El Jardín En el restaurante el Jardín

Anexo 35. Política básica: misión, visión y valores (F-H9-01)



Política Básica: Misión, Visión y Valores (F-H9-01)



Política Básica: Misión, Visión, Valores
1. Defina la Misión de su negocio considerando las siguientes preguntas:
¿Cuál es nuestro negocio? Una Hostería de alojamiento y complejo
¿Quién es nuestro cliente y dónde está? -Nacionales: Quito, Ibarra, Latacunga Extranjeros: Estados Unidos, Italia, Francia, Europa,
¿Qué es considerado de valor por el cliente?, ¿Cómo agregamos valor para el cliente? <ul style="list-style-type: none"> > Buena atención -Productos de calidad -lugar cálido > seguridad e higiene en los procesos
¿Cuál es la razón de ser de nuestra empresa? Ofrecer servicio de calidad de alimentos, bebidas y alojamiento
El enunciado de misión debe ser corto, preciso, contundente. Misión: Restaurante "El Jardín" Somos una empresa dedicada a prestar servicio de alimentación y bebidas de calidad, ofreciendo al cliente un lugar que disfrute una forma diferente de la vida y el gusto a la comida tanto a los extranjeros y nacionales
2. Defina la Visión de su negocio considerando las siguientes preguntas:
¿Cómo ve a su organización dentro de unos años, 3 a 5 años? Ser una empresa sólida autosustentable e innovador y ser reconocido a nivel nacional
¿Qué logros importantes espera tener en este periodo? Ampliar nuestro espacio físico
¿Qué tipo de retos provocarían un esfuerzo colectivo de todos? Ser reconocido y tener certificado de excelencia de empresas relacionados al sector turístico
El enunciado de Visión, debe ser concreto, y representar una Macro Meta que tenga el poder de inspirar al equipo Visión: Ser reconocido a nivel nacional e internacional aplicando alta estándares de calidad
3. Defina los Valores del negocio considerando las siguientes preguntas:
¿Cuáles son los principios que los líderes consideran esenciales? <ul style="list-style-type: none"> > Responsabilidad -Honestidad -Empatía -sinceridad
¿Qué es lo más valorado dentro del quehacer cotidiano de la empresa? <ul style="list-style-type: none"> > Honestidad -Pasión
¿Qué debe ser respetado dentro de la organización en el camino de lograr la visión y misión de la empresa? <ul style="list-style-type: none"> > Responsabilidad -Honestidad
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 trabaja 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 limita y orientan el comportamiento de las personas y deben ser descritos claramente Valores: Honestidad: Es el valor de decir la verdad, ser decente, recatado, razonable, justo u honrado. Pasión: Crear productos para lograr la satisfacción propia y de los clientes, con el agrado de hacer cumplido con nuestra tarea. Empatía: la capacidad para ponerse en el lugar del otro y saber lo que siente o incluso lo que puede estar pensando.

Anexo 36. Creación de Matriz FODA



Creación de Matriz FODA
(F-H9-02)



MATRIZ FODA			
INTERNAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	EXTERNAS
	A. Preparación profesional	A. Apoyo de parte de Ministerio de Turismo	
	B. Lugar natural	B. Agencia Frida Ecuador	
	C. Ofrece servicios y producto de calidad.	C. Visitas de turistas.	
	D. El sistema SIGO como política de la empresa.	D. Empatía del cliente por el producto.	
	DEBILIDADES	AMENAZAS	
	A. Insuficiente capacidad en idioma	A. Dependencia de combustible.	
	Incrementó de competencia	B. Enfermedades producidos por mosquitos	
	C. Cercanía de otros restaurantes.	C. Crisis económica del País	
	D. Falta de modalidades de pago	D. Cajero automático	
E. Falta de recurso financiero	E. Poco poder de negociación con proveedores		

Anexo 37. Registro fotográfico de los principales retos y acciones inmediatas de mejora.

REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LOS PRINCIPALES RETOS Y ACCIONES INMEDIATAS DE MEJORA

ACCIONES DE MEJORA

Arreglo de la bodega de mantelería.



Listado de nombres de los productos de alimentación y orden de este.



Mantenimiento en el área de cocina.



Limpieza de basurero.



Remodelación de área común del restaurante.



Cambio de puerta principal



Personal capacitado en el área de restaurante



Area del Restaurante



Anexo 38. Fotografías durante la implementación del SIGO.

Fotografía #1



Fuente: Ing. Renato Merchán

Descripción: Capacitación de parte de Ministerio de Turismo, Implementación del Programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)

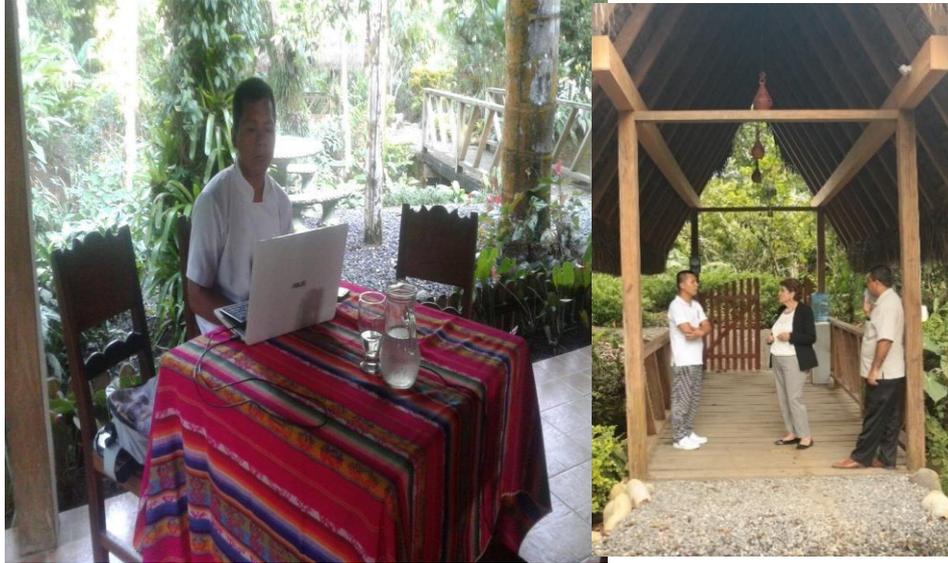
Fotografía #2



Fuente: Ing. Renato Merchán

Descripción: Capacitación de parte de Ministerio de Turismo, Implementación del Programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)

Fotografía #3



Fuente: La autora

Descripción: Llenado de formularios e instrucciones para su ejecución dentro del establecimiento.

Fotografía # 4 y 5



Fuente: La autora.

Descripción: Entrega de formularios de Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) del restaurante El Jardín Misahuallí. Ministerio de Turismo

Fotografía 6



Fuente: La autora.

Descripción: Entrega de formularios de Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) del restaurante El Jardín Misahuallí. Ministerio de Turismo

Fotografía 7



Fuente: La autora.

Descripción: Finalización y entrega de formularios de Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) al restaurante El Jardín Misahuallí.

Fotografía # 8



Fuente: La autora.

Descripción: Entrega de certificados a los establecimientos sobre la calidad de servicio (Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO)

Fotografía # 9



Fuente: La autora.

Descripción: Entrega de certificados a los estudiantes por su participación en el programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO.

Fotografía # 10



Fuente: La autora.

Descripción: Entrega de distintivos de calidad turística a los emprendimientos por parte del Instituto Superior Tecnológico Tena

Fotografía # 11



Fuente: La autora.

Descripción: Toma fotográfica a los docentes de la carrera de turismo de Instituto Superior Tecnológico Tena.