

REPÚBLICA DEL ECUADOR
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA



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

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

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

**IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE
GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) APLICADO A LA TOUR
OPERADORA “RUNAWA TOURS” UBICADO EN LA PARROQUIA
MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PARA SU MEJORA
ORGANIZACIONAL.**

Trabajo de Titulación, presentado como requisito parcial para optar por el Título de
Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera.

AUTOR: Henry Manolo Chavez Dias

DIRECTOR: Ing. Gary Rivadeneyra.

Tena - Ecuador

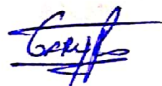
2019

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) APLICADO A LA TOUR OPERADORA “RUNAWA TOURS” UBICADO EN LA PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PARA SU MEJORA ORGANIZACIONAL DURANTE EL AÑO 2019”, desarrollada por Chavez Dias Henry Manolo, 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, 03 de marzo del 2020



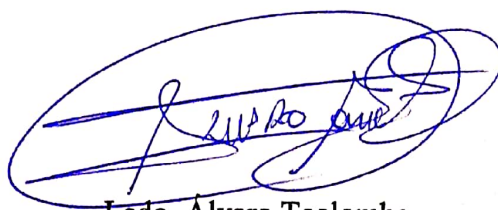
Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla.
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 03 de marzo del 2020

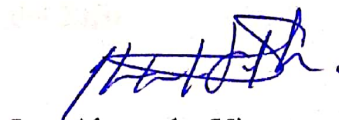
Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado "IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) APLICADO A LA TOUR OPERADORA "RUNAWA TOURS" UBICADO EN LA PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PARA SU MEJORA ORGANIZACIONAL DURANTE EL AÑO 2019, presentada por el señor: Chávez Díaz Henry Manolo, estudiantes 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;



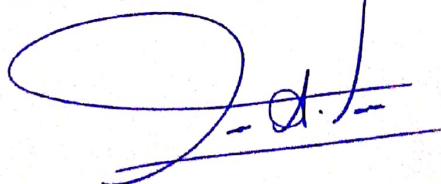
Lcdo. Álvaro Toalombo

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Alexandra Vizueta

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Abg. Danilo Zamora

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, CHAVEZ DIAS HENRY MANOLO, declaro ser autor 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.

AUTOR: CHAVEZ DIAS HENRY MANOLO

CEDULA: 2100731922

FECHA: Tena, 03 de marzo del 2020

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR

Yo, CHAVEZ DIAS HENRY MANOLO, declaro ser autor del Trabajo de Titulación titulado: **“IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) APLICADO A LA TOUR OPERADORA “RUNAWA TOURS” UBICADO EN LA PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PARA SU MEJORA ORGANIZACIONAL 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, 28 de septiembre del 2019, firma la autor.

AUTOR: CHAVEZ DIAS HENRY MANOLO

FIRMA:

CÉDULA: 2100731922

DIRECCIÓN: Barrio bella vista alta, calle cuenca.

CORREO ELECTRÓNICO: henrych_1998@outlook.es

TELÉFONO: N/A

CELULAR: 0985382668

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Lcdo. Alvaro Toalombo (Presidente).

Abg. Danilo Zamora. (Miembro).

Ing. Alexandra Vizueta. (Miembro).

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Principalmente a mis padres Manolo Chavez y Rosario del Consuelo Dias por su amor, trabajo, apoyo y el enorme sacrificio que ellos han hecho en estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en un profesional. Ha sido un orgullo y privilegio ser uno de sus hijos, son los mejores padres.

También a Dios, por ser el inspirador y darme su bendición, fuerza, salud para culminar este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A todos mis compañeros y personas que me han apoyado académicamente.

CHAVEZ DIAS HENRY MANOLO

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Agradezco al señor Carlos Santander propietario de la Tour Operadora “Runawa Tours”, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento.

De igual manera mis agradecimientos al Instituto Superior Tecnológico Tena, a mis docentes con sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haber estado apoyándome incondicionalmente a pesar de todas las dificultades que existió para terminar.

CHAVEZ DIAS HENRY MANOLO

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁG.
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA.....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
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. TEMA.....	xvi
B. RESUMEN.....	xvii
C. INTRODUCCIÓN	1
D. REVISIÓN DE LITERATURA.....	3
4.1 CALIDAD	3
4.2 SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	4
4.3 SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL –SIGO ECUADOR	6
4.3.1 LOS ASPECTOS ESENCIALES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE SIGO.....	7
4.4 PASOS PARA OBTENER SIGO EN ECUADOR	8
4.4.1 ¿QUÉ BENEFICIOS APORTAN LAS 5S?	9
4.4.1.1 La 1ra S: Seiri (Clasificación y Descarte).....	9
4.4.1.2 La 2° S: Seiton (Organización)	10
4.4.1.3 La 3° S: Seiso (Limpieza)	10

4.4.1.4	La 4° S: Seiketsu (Higiene y Visualización).....	10
4.4.1.5	La 5° S: SHITSUKE (Compromiso y Disciplina)	11
4.5	INDICADORES DE CALIDAD	11
4.6	TOUR OPERADORA	12
4.7	PRODUCTO TURÍSTICO.....	14
4.8	SISTEMA TURÍSTICO	15
4.9	ATRACTIVO TURÍSTICO.....	17
4.10	RECURSOS TURÍSTICOS.....	18
4.11	Marco legal.....	19
	CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	19
	REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO	19
	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TODA UNA VIDA 2017 2021	21
	LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD	22
4.12	Marco Conceptual	25
E.	MATERIALES Y MÉTODOS	27
5.1.	Materiales	27
5.2.	Métodos.....	27
5.3.	Aspectos biofísicos y climáticos	29
5.4.	Tipo de investigación	38
5.5.	Conocer la situación actual en la Tour operadora Runawa Tours.....	40
5.5.1	Diagnostico situacional	40
5.5.2	Realizar el Diagnóstico de Resultados.	41
5.5.3	Realizar el Diagnóstico de la Estructura Financiera.	41
5.6.	Aplicar la metodología del Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO) en la Tour operadora Runawa Tours.	41
5.6.1	Procesos en la Implementación del Programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).....	41
5.6.2	Módulo 1: Calidad Personal.....	42
5.6.3	Módulo 2: Enfoque en el Cliente.	43

5.6.4	Módulo 3: Gestión de la Rutina y la Mejora	44
5.7.	Elaborar un plan de acciones correctivas para la Tour operadora Runawa Tours.....	45
F.	RESULTADOS	45
6.1.	Conocer la situación actual de la Tour operadora Runawa Tours.....	45
6.1.1.	Diagnostico situacional	45
6.1.2.	Realizar el Diagnóstico de Resultados.	49
6.1.3.	Realizar el Diagnóstico de la Estructura Financiera.	51
6.1.	Aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en la Tour Operadora Runawa Tours	53
6.2.1.	Procesos en la Implementación del Programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional).....	53
6.2.2.	Módulo 1: Calidad Personal.	58
	Remodelar en temporadas baja (junio) y contar con el presupuesto para poderla realizar	58
	Limpiando, ordenando, reparando y despachando equipos en mal estado de la oficina y la bodega de runawa tours.....	58
6.2.3.	Módulo 2: Enfoque en el Cliente.	63
6.2.4.	Módulo 3: Gestión de la Rutina y la Mejora	70
6.2.	Elaborar un plan de acciones correctivas para la Tour Operadora Runawa Tours.....	73
G.	CONCLUSIONES	75
H.	RECOMENDACIONES	76
I.	BIBLIOGRAFÍA.....	77
	Bibliografía	77

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Especies de flora endémicas en peligro.....	34
Cuadro 2. Especie de Fauna	35
Cuadro 3. Mamíferos más representativos	35
Cuadro 4. Aves	36
Cuadro 5. Anfibios y Reptiles más representativos	36
Cuadro 6. Amenazas y Prioridades de Conservación de los Ecosistemas	37
Cuadro 7. Áreas Protegidas.....	37
Cuadro 8. Diagnóstico de Situación.....	51
Cuadro 9. Oportunidad de Mejora	52
Cuadro 10. Sesiones de Capacitación con los Propietarios.....	53
Cuadro 11. Capacitación para el personal y reuniones de asesoramiento.....	58
Cuadro 12. Asignación de Responsabilidades	59
Cuadro 13. Día del descarte aplicando las 5 S	61
Cuadro 14. Necesidades de los nichos de mercado.....	63
Cuadro 15. Nichos de Mercado y Traducción de Necesidades I	63
Cuadro 16. Nichos de Mercado y Traducción de Necesidades I	64
Cuadro 17. Encuestas de Satisfacción II	65
Cuadro 18. Evaluación Competitiva	67
Cuadro 19. Definición de Valor Agregado	68
Cuadro 20. Descripción de las quejas.....	69

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Unidades geomorfológicas.....	30
Tabla 2. Descripción de unidades geomorfológica.....	32
Tabla 3. Uso y cobertura del Suelo	33
Tabla 4. Descripción del clima.....	33
Tabla 5. Descripción de impactos y nivel de contaminación en el entorno ambiental.	38
Tabla 7. lista de verificación	40
Tabla 8. Resultados obtenidos en el módulo 1 calidad personal en el diagnostico situacional.	46
Tabla 9. Resultados obtenidos en el módulo 2 calidad personal en el diagnostico situacional.	47
Tabla 10. Resultados obtenidos en el módulo 3 calidad personal en el diagnostico situacional	48
Tabla 11. Diagnóstico de Resultados	50
Tabla 12. Asesoría Técnica	53
Tabla 13. Cronograma de Implementación	54
Tabla 14. Diagnóstico de Puesto	60
Tabla 15. Encuestas de Satisfacción I	64
Tabla 16. Encuesta de satisfacción III	66
Tabla 17. Acciones de Fidelización	69
Tabla 18. Análisis de Prioridades para la Estandarización	70
Tabla 19. estandarizar de procesos	70
Tabla 20. Matriz de Determinación de Acciones Correctiva	73
Tabla 21. Matriz Plan de Evaluación del Cumplimiento	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. Modulo #1 Calidad Personal.....	46
Grafico 2. Modulo #2 Enfoque en el Cliente	47
Grafico 3. Modulo #3 Gestión de la Rutina y la Mejora.....	48
Grafico 4. Diagnostico situacional.....	49
Grafico 5. Diagnóstico de Resultados.....	50
Grafico 6. Diagnóstico de la Estructura Financiera I.....	51
Grafico 7. Diagnóstico de la Estructura Financiera II.....	52
Grafico 8. Organigrama Institucional – Tour Operadora Runawa Tours	61
Grafico 9. Encuestas de Satisfacción I.....	65
Grafico 10. Encuestas de Satisfacción II.....	66
Grafico 11. Matriz FODA	72
Grafico 12. Misión, Visión y Valores	72

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación del Área de Estudio.....	28
Ilustración 2. Ubicación Política de la Parroquia Puerto Misahualli	28
Ilustración 3. Ubicación Geográfica del Cantón Tena	29
Ilustración 4. 5S	43

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formulario F-G-01	81
Anexo 2. Formulario F-G-02	85
Anexo 3. Formulario F-G-03	87
Anexo 4. Formulario F-H1-01	88
Anexo 5. Formulario F-H1-03	91
Anexo 6. Formulario F-H1-02	92
Anexo 7. Formulario F-H2-01	93
Anexo 8. Formulario F-H4-01	94
Anexo 9. Formulario F-H4-02	95
Anexo 10. Formulario F-H4-04	96
Anexo 11. Formulario F- H4-03	97
Anexo 12. Formulario F-H4-05	98
Anexo 13. Formulario F-H4-06	99
Anexo 14. Formulario F-H5-01	100
Anexo 15. Formulario F-H7-01	102
Anexo 16. Formulario F-H7-02	103
Anexo 17. Formulario F-H9-02	104
Anexo 18. Formulario F-H9-01	105
Anexo 19. F-G-01 Lista de Verificación.....	106
Anexo 20. F-G-02 Diagnóstico de Resultados.....	109
Anexo 21. Diagnóstico de la Estructura Financiera.....	111
Anexo 22. F-H1-01 Cronograma de Implementación.....	113
Anexo 23. F-H1-03 Sistema QQCC.....	116
Anexo 24. F-H1-02 Matriz de Asignación de Responsabilidades	117
Anexo 25. F-H2-01 Diagnóstico de Puesto.....	118
Anexo 26. F-H4.01 Segmentación del Mercado.....	120
Anexo 27. F-H4-02 Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado	121
Anexo 28. F-H4-04 Encuesta de Satisfacción.....	122
Anexo 29. F-H4-03 Traducción de las Necesidades del Cliente	123
Anexo 30. F-H4-05 Evaluación Competitiva	124
Anexo 31. F-H4-06 Definición de Valor Agregado.....	125

Anexo 32. F-H5-01 Gestión de Reclamos y Quejas	126
Anexo 33. F-H7-01Análisis de Prioridades para la Estandarización.....	127
Anexo 34. F-H7-02 Procedimiento Operativo	128
Anexo 35. F-H9-02 Creación de Matriz FODA.....	129
Anexo 36. F-H9-01 Política Básica: Misión, Visión y Valores	130
Anexo 37. FOTOGRAFÍAS.....	131
Anexo 38. Creación y actualización de Redes sociales (Facebook, Instagram) y creación de la página web	133
Anexo 39. Registro Fotográfico de Cambios Físicos.....	133

A. TEMA

IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA SISTEMA INICIAL DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL (SIGO) APLICADO A LA TOUR OPERADORA “RUNAWA TOURS” UBICADO EN LA PARROQUIA MISAHUALI, CANTÓN TENA, PARA SU MEJORA ORGANIZACIONAL

B. RESUMEN

La implementación del programa Sistema de Gestión Organizacional SIGO aplicado a la tour operadora “Runawa Tours” ubicado en la parroquia Misahualli, cantón Tena, para su mejora organizacional, la empresa ofrece paquetes turísticos de selva, culturales y deportes extremos todo incluido según el requerimiento del cliente, cuenta con guías certificados. Runawa Tours no maneja un registro de visitantes y procesos estandarizados. El presente trabajo de titulación establece como primer objetivo conocer la situación actual de la tour operadora Runawa Tours, en el cual se recopiló toda la información mediante la lista de verificación el cual nos da un puntaje de 42.75 sobre 90 puntos, dejando por debajo de la nota mínima. En el segundo objetivo se realizó las capacitaciones con todos los participantes, de lo cual se obtuvo un puntaje de 87 sobre 120 puntos logrando ser acreedor del distintivo SIGO. Finalmente, para el cumplimiento del tercer objetivo se realizó dos matrices, la primera permitió determinar un total de 5 acciones correctivas y la segunda el desempeño de las mismas obteniendo un resultado total del 80 % de la ejecución general.

Palabras clave: Gestión organizacional, calidad de servicio turísticos, Tour operadora, sistematización, certificación

ABSTRACT

The implementation of the Initial Organizational Management System program (SIGO, by their acronyms in Spanish) applied to the tour operator “Runawa Tours” located in the Misahualli downtown in Tena City, for organizational improvement, the company offers jungle, cultural and extreme sports tour packages, all included according to the requirement of the client, and has certified guides. Runawa Tours does not handle a visitor registry and standardized processes. This research work establishes as a first objective to know the current situation of the Runawa Tours operator, in which all the information was collected through the checklist which gives us a score of 42.75 over 90 points, leaving below the minimum grade. In the second objective, the training was carried out with all the participants, from which a score of 87/120 points was obtained, getting the SIGO badge. Finally, for the fulfillment of the third objective, two matrices were carried out, the first one allowed to determine a total of 5 corrective actions and the second the performance of the same, obtaining a total result of 80% of the general execution.

Keywords: Organizational management, quality of tourist service, tour operator, systematization, certification

Reviewed by

BA. Gissela Solórzano Intriago
C.C. 1313303941
Coordinator of English Center IST Tena

C. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación pretende ser una contribución a la labor de agencias turísticas y tour operadoras en la búsqueda de estrategias inclusivas para ayudar en el crecimiento del negocio tanto en el ámbito profesional como el crecimiento de su personal. La tour operadora Runawa Tours, es una empresa que forma parte de la parroquia de Misahualli, en el cual se evidencia notablemente la falta en la calidad de servicio.

Este trabajo tiene la finalidad de implementar el programa de calidad turística, “Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)”, en la tour operadora Runawa Tours, de la parroquia Puerto Misahualli, dentro del programa se da a conocer los resultados que se logró obtener a partir de los estudios que se llevó a cabo en la empresa, previamente seleccionado por el Ministerio de Turismo, con esto se pretende dejar direccionado a la tour operadora Runawa Tours, para así una vez concluido el programa el propietario tome la decisión de aplicarlo y lograr el mejoramiento de calidad en el servicio.

Para el progreso de este proceso se llevó a cabo: un diagnóstico para reconocer la situación actual de la empresa, se realizó el acompañamiento al propietario además el Ministerio de Turismo visitó a la empresa para realizar asesorías técnicas.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Implementar el Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en el la tour operadora Runawa Tours, ubicado en la parroquia Puerto Misahuallí, provincia de Napo, para el mejoramiento de la calidad en el servicio durante el año 2019.

Objetivos específicos

- Conocer la situación actual de la tour operadora Runawa Tours
- Aplicar la metodología del Sistema Inicial de gestión organizacional (SIGO) en la tour operadora Runawa Tours
- Elaborar un plan de acciones correctivas para la tour operadora Runawa Tours

D. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 Calidad

El concepto de calidad según Sanabria Rangel (2014, págs. 165-213) afirma “que consiste en el desarrollo diseño, producción y comercialización de productos y servicios con una eficacia del coste y una utilidad optimas todo ello equilibrado con una compra satisfactoria por parte de los clientes”, por lo que, partiendo de esta premisa se puede apreciar que el control de calidad está ligado a satisfacer al cliente en varios ámbitos no solo con la entrega de un producto o servicio, sino que además, se le debe de brindar una experiencia agradable que ofrezca seguridad, confort y confianza superando así las expectativas del cliente.

De la misma manera, otros autores indican que la calidad es relativa y que su valoración dependerá de cómo es percibido por la persona un determinado bien o servicio, pudiendo ser diferente entre dos personas aun cuando el producto sea el mismo, ya que influye la oportunidad, estado de ánimo, o las necesidades que deseen satisfacer cada individuo. (Montaudon Tomas, 2010)

La calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores con respecto a la satisfacción de sus necesidades, las cuales deben ser identificadas y monitoreadas, ya que pueden cambiar con el tiempo, por lo tanto, las empresas deben tener bien definidos sus procesos para poder cumplir con las expectativas de sus clientes y a su vez poder hacer un uso eficiente de sus recursos en el momento de la elaboración del mismo. (ISO 9001, 2013)

Según lo antes mencionado la calidad es la capacidad que posee un objeto para satisfacer la necesidad de un cliente.

4.2 Sistemas de Gestión de Calidad.

Hacer referencia a la gestión de calidad es referirse a todo el proceso de planificación, establecimiento de políticas, normas, asignación de responsables, identificación de indicadores para la medición, control y evaluación, además del proceso de implementación que conllevará identificar los pasos a seguir. (González González & González Rodríguez, 2008)

Por lo tanto, para las empresas implementar un sistema de gestión de calidad “SGC” se vuelve todo un desafío, ya que, incluye cambios desde la cultura propia de la organización como tal hasta la forma de hacer las cosas. Sin embargo, ¿qué beneficios representa para la empresa su adopción?

La implementación de un SGC de manera adecuada permite aumentar las posibilidades de mantener la empresa en el mercado, logrando aumentar su rentabilidad económica, alcanzar la satisfacción de sus clientes, además de impulsar prácticas que le permitan contribuir al cuidado ambiental, captar nuevos segmentos de mercado, mejorar el control de los procesos, disminuir costos, detectar y corregir errores, entre otros aspectos. (Arévalo Ascanio, 2015)

Parte importante al momento de poner en marcha un SGC son los principios que guiarán su implementación, por tanto, de acuerdo a lo que determina la ISO

9001: 2015 estos son:

- Enfoque al Cliente.
- Liderazgo.
- Compromiso de las personas.
- Enfoque a procesos.
- Mejora.
- Toma de decisiones basada en las pruebas.
- Gestión de las relaciones.

El uso de ISO 9001: 2015 ayuda a garantizar que los clientes obtengan productos y servicios consistentes y de buena calidad, lo que a su vez aporta muchos beneficios comerciales. (Perez molina, 2016)

Los aspectos que son considerados para su implementación son:

- Puntualidad en la entrega del servicio.
- Fidelidad en el cumplimiento de los compromisos.
- Relación coste-beneficio.
- Ajuste a los plazos acordados.
- El servicio dado debe estar asociado a lo que se pactó.
- Rapidez del servicio.
- Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio.
- Contar con personal cualificado para la prestación del servicio.
- Gentileza y buen trato en la prestación del servicio.

La diferencia con la norma ISO: 2008 (versión anterior) es que su aplicación va orientada a diferentes tipos de empresa, enfocándose en el alcance, liderazgo, operación, evaluación del desempeño entre otras, los indicadores a evaluarse

plantean determinar el cumplimiento de los servicios que se ofrecen.

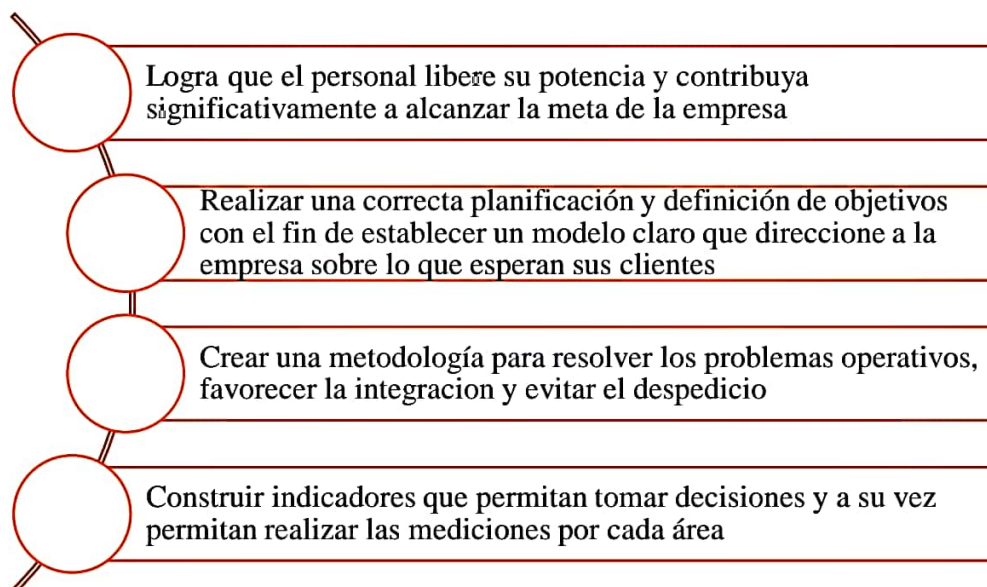
Según los autores el sistema de gestión de calidad es una herramienta que nos permite analizar el entorno de la organización, para crear un plan de acción correctiva y mejorar la calidad en los servicios.

4.3 Sistema Inicial de Gestión Organizacional –SIGO ECUADOR

En la actualidad, la ISO es el máximo organismo a nivel internacional, el cual toman como referencia los países para poder diseñar sistemas de gestión que se ajusten a las necesidades de los sectores productivos y económicos que las comprenden. En el Ecuador actualmente, en lo que respecta a la industria del turismo, se ha considerado para poder mejorar la calidad de los servicios prestados el Sistema Inicial de Gestión Organizacional –SIGO, la cual es una herramienta de rápida implementación para el mejoramiento de la calidad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) turísticas. El fin principal de esta herramienta es satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos, logrando alcanzar rentabilidad y competitividad en el mercado. (Ministerio de Turismo del Ecuador , 2015)

4.3.1 Los aspectos esenciales de la implementación de SIGO

Figura 1 Pasos para la implementación del SIGO

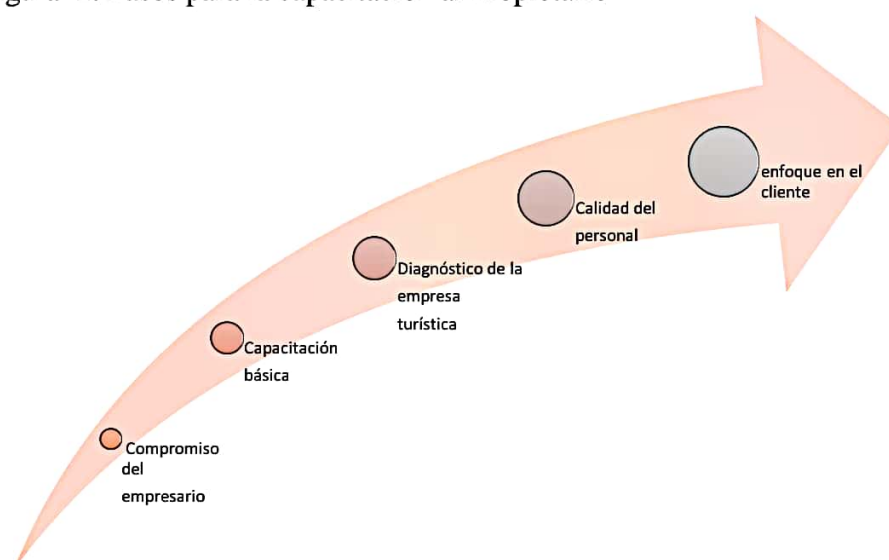


Fuente: (Manual de Implementación SIGO en Ecuador, Beneficios de la implementación SIGO Ecuador, 2015)

La implementación de SIGO tiene un periodo de duración de 3 meses, tiempo en el cual recibe asistencia por parte de uno de los consultores, además de cinco sesiones de capacitación dirigida a los propietarios, los cuales deberán liderar todo el proceso que se detalla a continuación:

4.3.2 Capacitación dirigida al propietario

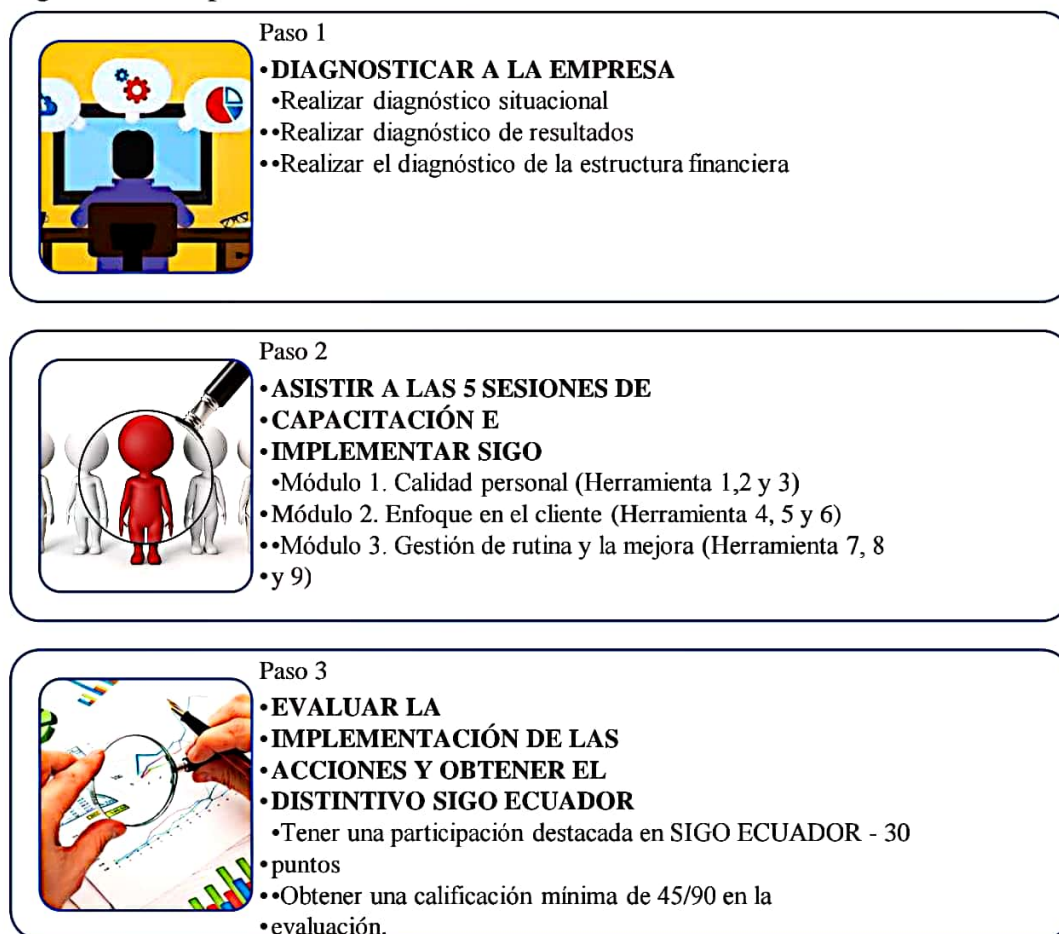
Figura 2: Pasos para la capacitación al Propietario



Fuente: (Manual de Implementación SIGO en Ecuador, 2015)

4.4 Pasos para obtener SIGO en Ecuador

Figura 3 Pasos para la obtención del certificado SIGO



Fuente: (Manual de Implementación SIGO ECUADOR, 2015)

Los pasos que deberán realizarse de manera específica por parte de los propietarios o gerentes comprenden lo siguiente:

Cada uno de los pasos que se mencionen en el proceso de implementación de SIGO se encuentran con mayor detalle en anexos, con el fin que se pueda consultar y obtener mayor información sobre los mismos, sin embargo, es imprescindible resaltar que la obtención del distintivo SIGO le permite a la empresa ser promocionada por parte de la entidad reguladora de turismo.

“El sistema de gestión organizacional SIGO se basa en el programa de calidad 5s, esta se refiere a una serie de técnicas desarrolladas en Japón, específicamente implementado por la compañía automotora Toyota en el año 1960, a pesar de que fue utilizado originalmente por las amas de casa con el fin de mantener a todos los miembros de una familia comprometidos con el celo, la organización y la administración de la casa. Por esta razón, es también conocido como “housekeeping”, una expresión que, traducida al español, significa literalmente el mantenimiento de la casa”. (Visiones del Turismo., 2018)

Según lo antepuesto por los autores el Sistema Sigo es una herramienta que permite conocer el entorno y como crear acciones correctivas.

4.4.1 ¿Qué beneficios aportan las 5s?

La implantación de las 5S se basa en el trabajo en equipo.

- Los trabajadores se comprometen.
- Se valoran sus aportaciones y conocimiento.
- La mejora continua se hace una tarea de todos.

El programa de calidad 5s recibe su nombre debido a las iniciales de cada una de las cinco técnicas que lo constituyen. Estas técnicas se basan en sentidos con los conceptos y objetivos propios que están interconectados entre sí y forman un ciclo. Son:

4.4.1.1 La 1ra S: Seiri (Clasificación y Descarte)

Significa separar las cosas necesarias y las que no la son manteniendo las cosas necesarias en un lugar conveniente y en un lugar adecuado.

4.4.1.2 La 2° S: Seiton (Organización)

La organización es el estudio de la eficacia. Es una cuestión de cuán rápido uno puede conseguir lo que necesita, y cuán rápido puede devolverla a su sitio nuevo. Cada cosa debe tener un único, y exclusivo lugar donde debe encontrarse antes de su uso, y después de utilizarlo debe volver a él. Todo debe estar disponible y próximo en el lugar de uso.

4.4.1.3 La 3° S: Seiso (Limpieza)

Es importante que cada uno tenga asignada una pequeña zona de su lugar de trabajo que deberá tener siempre limpia bajo su responsabilidad. No debe haber ninguna parte de la empresa sin asignar. Si las personas no asumen este compromiso la limpieza nunca será real. Toda persona deberá conocer la importancia de estar en un ambiente limpio. Cada trabajador de la empresa debe, antes y después de cada trabajo realizado, retirara cualquier tipo de suciedad generada.

4.4.1.4 La 4° S: Seiketsu (Higiene y Visualización).

Esta S envuelve ambos significados: Higiene y visualización. La higiene es el mantenimiento de la Limpieza, del orden. Quien exige y hace calidad cuida mucho la apariencia. En un ambiente Limpio siempre habrá seguridad. Quien no cuida bien de sí mismo no puede hacer o vender productos o servicios de Calidad. Una técnica muy usada es el “visual management”, o gestión visual. Esta Técnica se ha mostrado como sumamente útil en el proceso de mejora continua. Se usa en la producción, calidad, seguridad y servicio al cliente.

4.4.1.5 La 5° S: SHITSUKE (Compromiso y Disciplina)

Disciplina no significa que habrá unas personas pendientes de nosotros preparados para castigarnos cuando lo consideren oportuno. Disciplina quiere decir voluntad de hacer las cosas como se supone se deben hacer. Es el deseo de crear un entorno de trabajo en base de buenos hábitos. (Quevedo , 2016)

4.5 Indicadores de calidad

En cuanto al significado de un indicador no consta una definición oficial por parte de algún organismo nacional o internacional, solo algunas referencias que los describen como herramientas para clasificar y definir, de forma más precisa objetivos e impactos, los indicadores deben ser medidas verificables de cambio y resultado diseñadas para contar con un estándar con el cual evaluar o evidenciar resultados con respecto a metas establecidas con la finalidad de facilitar el reparto de trabajo, insumos y productos de esta manera alcanzar los objetivos (Mondragón, A, 2007, pág. 52)

Llama la atención la definición de Andrada & Alberdi (2007) los indicadores son estadísticas, serie estadística o cualquier representación de la indicaciones con el propósito de asignar y facilitar el estudio donde está la empresa y hacia dónde se dirige con respecto a determinados objetivos y metas, así se logra evaluar programas específicos y determinar su impacto.

Según Supply (2017) menciona que con referencia a los indicadores de calidad podemos mencionar algunos ejemplos a continuación:

- **Cobertura:** La cobertura se concibe en la relación entre el número de artículos disponibles o servicios en diversos sectores en conjunto con la

demanda en el mercado. Indicadores de calidad: ejemplos y como gestionarlos.

- **Eficacia:** Este indicador se refiere a la necesidad que tiene un usuario y se ha conseguido satisfacerla mediante un producto o servicio en cuestión. Si la respuesta obtenida es positiva, se estará frente ante una verdadera eficacia. Indicadores de calidad: ejemplos y como gestionarlos.
- **Volumen de ventas:** al considerar el nivel de ventas de un producto es uno de los estándares de calidad de un producto más valorado, por lo que siempre hay que tenerlo en cuenta. Indicadores de calidad: ejemplos y como gestionarlos
- **Satisfacción del cliente:** La satisfacción del cliente va muy ligada a la calidad empresarial ya que ambos términos no se deberían entender el uno sin el otro. Para conocerla, es imprescindible generar vías para recibir feedback tras la compra y ver qué se puede mejorar en este proceso. Indicadores de calidad: ejemplos y como gestionarlos
- **Competitividad:** Ver si la empresa es competitiva o no, si puede seguir el ritmo de competidores y de lo que demanda el mercado son varias cuestiones que se deben plantear a la hora de medir la calidad de una empresa. Indicadores de calidad: ejemplos y como gestionarlos

Según el autor ya antes mencionado podemos definir a los indicadores como una herramienta que nos ayudara a medir el grado de calidad y cuáles son nuestras ventajas para realizar un producto

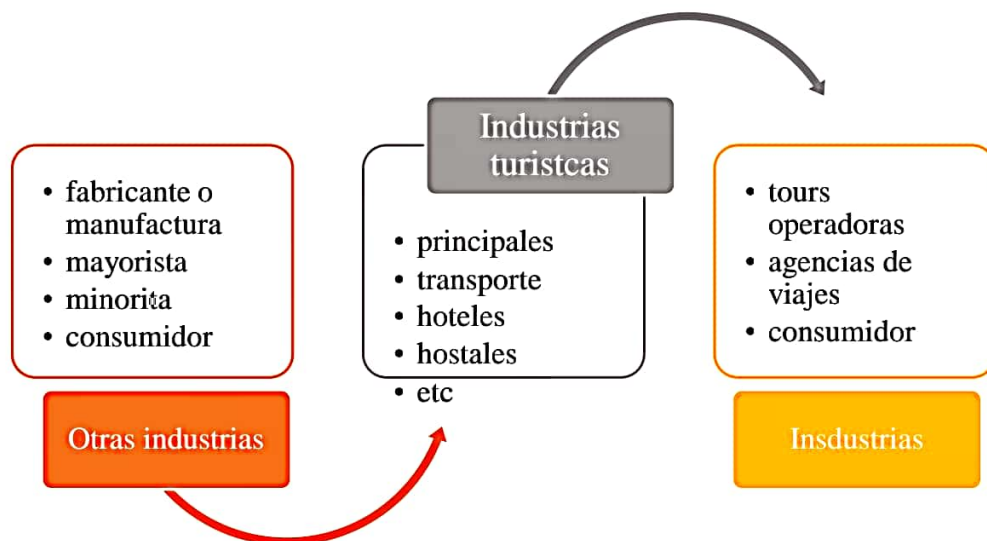
4.6 Tour Operadora

Según Melchior Navarro, Mercedes (2016, págs. 217-230) afirma que los Tour

operadores constituyen, actualmente, el principal intermediario para las empresas turísticas que operando en un destino turístico pretenden vender sus productos en otros países. Los viajes combinados o paquetes turísticos organizados por los Tour operadores representan la fórmula más empleada por los europeos para realizar sus viajes internacionales.

La mediación en los procesos de venta de cualquier producto o servicio turístico se conceptúa como la intermediación turística y está constituida principalmente por los Agentes Mayoristas (Tour operadores) y Agentes Minoristas (Agencias de Viajes en la designación común). Estas empresas se dedican profesional y comercialmente al ejercicio de actividades de mediación y organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar para ello medios propios.

Figura 4: Comparación entre otros canales de comercialización y canales de comercialización turísticos.



Fuente: Adaptado de Renshaw (1997) y elaboración propia.
Elaborador por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Los Tour operadores generan valor seleccionando y combinando los elementos del paquete de viaje, distribuyendo y promoviendo los mismos, organizando

excursiones y entretenimiento para los visitantes del destino turístico. Las estrategias de integración vertical llevadas a cabo por Tour operadores con el objeto de controlar un mayor número de actividades y recursos esenciales a lo largo del canal de comercialización ha constituido un factor de posicionamiento competitivo clave en el desarrollo de nuevas formas de viaje y en sus procesos de expansión (Ramos Domínguez, 2014, pág. 186)

Según lo antes mencionado podemos denominar a un tour operadora como industria que crea y comercializa paquetes turísticos, los que pueden incluir transporte, alimentos, hospedaje, visitas de ciudad, etc, ya sea en forma mayorista o minorista hasta que llegue a su consumidor.

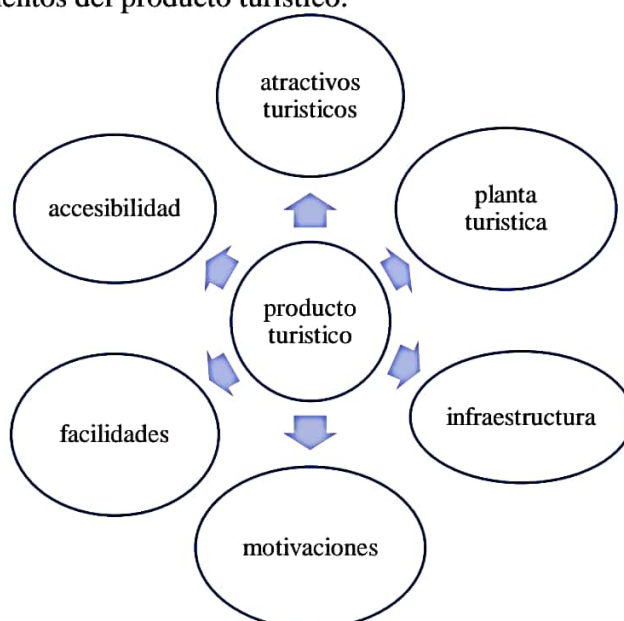
4.7 Producto Turístico

Según Dieckow (2010, págs. 163-176) indican que el producto turístico “puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares y puede ser cualquier atractivo que sirva para cautivar al viajero y convencerlo de que tome una decisión de compra; es decir que se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante.

Según Chávez & Medina (2009, págs. 227-242) menciona que los productos turísticos también pueden ser ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones y conforma una oferta integrada de múltiples elementos que pueden contribuir a activar los recursos de cada sistema

productivo así también elementos tangibles en intangibles caracterizados en una actividad específica, en un determinado espacio.

Figura 5 Elementos del producto turístico.



Fuente: (Salcedo, M & San Martín, 2012, págs. 71-86) adaptado la información a un ciclo radial
Elaborador por: Chavez Díaz Henry Manolo (2019)

Según los autores, después de analizar los varios conceptos citados, definen al producto turístico como la agrupación de atractivos, accesibilidad, transporte, alojamiento, alimentación, recreación etc., dichos elementos están presentes en la oferta turística de los diversos lugares o destinos turísticos ya consolidados a ser visitados por el turistas, los productos turísticos por las diversas características que presentan causan la motivación necesaria para que le visitante o turista adquiera el producto.

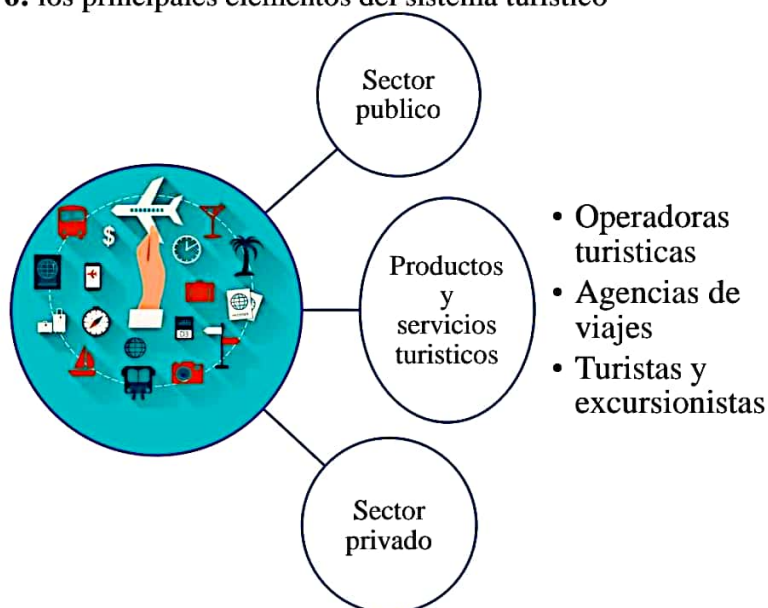
4.8 Sistema Turístico

Según Ortiz, A . & García-Abreu (2008, págs. 89-106.) Menciona que hay numerosos estudios que emplean enfoques parciales del sistema turístico, tales como los que Clary (1993) denomina enfoques estructurales (referidos a las formas de ocupación del espacio turístico: infraestructuras, oferta de alojamiento, etc.) y

enfoques funcionales (referidos a los flujos de población, dinero, información, etc., propios de la actividad turística).

Es la convergencia entre oferta y demanda. Entre los indicadores que denotan o forman la oferta están el transporte, los atractivos, la información, los servicios y la promoción. Por su parte la demanda, se constituye en base a recursos naturales, capital humano y financiero, políticas públicas y organizaciones.

Figura 6: los principales elementos del sistema turístico



Fuente: Korstanje, 2012, adaptado y modificado
Elaborador por: Chavez Díaz Henry Manolo (2019)

Según la Organización Mundial del Turismo (2016, pág. 34), menciona que es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango."

Como todo sistema conceptual, proviene de un sistema real y es paralelo

ajustándose metodológica y simbólicamente, facilitando el análisis y la comprensión de dicho sistema real y es en este sentido en que radica su importancia como herramienta de investigación.

Particularidades: en el sistema turístico ningún elemento se encuentra aislado sino que todos sus componentes están muy vinculados entre sí y con el exterior. Esta característica le confiere un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo por lo que resulta un modelo teórico maleable frente a distintas situaciones del entorno físico, sociocultural y económico.

Según lo antes ya mencionado que un sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo.

4.9 Atractivo turístico

Según Valdez (2005, págs. 100-108) señala que son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante estos generan demanda turística; espacios naturales, monumentos, fiestas, actos culturales, museos, exposiciones, conjuntos, centros históricos y gastronomía.

Tienen un valor intrínseco ambiental, histórico o de otro tipo; parte de su función se relaciona con el uso turístico que hacemos de ellos.

Según Ricaurte (2009, págs. 76-80) enfatiza que se los considera como el

origen del sistema turístico; los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo, “Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.”

Los autores definen al atractivo turístico como aquellos recursos naturales o culturales de gran valor, que poseen los pueblos, ciudades o destinos, que son capaces de generar la motivación para que exista el flujo turístico en ellos.

4.10 Recursos Turísticos

Según Gómez, B & López, F (2002, pág. 100) expresa lo siguiente es considerado recurso turístico a aquel elemento que, en la medida en que ha sido percibido por el hombre como posible satisfactor de necesidades.

Según Quesada (2005) extiende que son los que motivan y generan desplazamientos de los turistas hacia determinado lugar para realizar en éste actividades propias de las características del destino y su equipamiento.

Según Martínez (2015) indica que poseen características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación histórica cultural.

Los autores definen al recurso turístico como aquel elemento que se encuentra en un sitio o lugar determinado, que por las características presentes en el o en su entorno, podría ser potencializado y convertirse en la base de desarrollo de diversas actividades que generen la visita de turistas.

4.11 Marco legal

Para el desarrollo de este fundamento se tomará en consideración datos legales del estado ecuatoriano que se relacionen con el objeto de estudio. También se pondrá en consideración normas internacionales existentes que dan soporte a la idea de una cultura de calidad en los servicios ofertados en el Ecuador.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Sección V

“Intercambios económicos y comercio justo”

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

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

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

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO (2002).

Título Primero del Régimen Institucional del Ministerio de Turismo

CAPITULO I

Art. 7.- De la potestad normativa. - El Ministerio de Turismo con exclusividad y de forma privativa expedirá las normas técnicas y de calidad a nivel nacional

necesarias para el funcionamiento del sector, para cuya formulación contará con la participación de todos los actores involucrados en el turismo. La participación referida en este artículo es obligatoria, previa, se la realizará a través de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector, formalmente organizadas y sus resultados serán referenciales para las instituciones del Estado.

Art. 8.- Del control. - A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos. El control será de carácter preventivo y sancionador de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley de Turismo.

TITULO SEGUNDO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION.

CAPITULO I

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,

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

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases:

Agencias de viajes internacionales, agencias de mayoristas y agencias duales.

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017 2021 (2017)

Objetivos Nacionales de Desarrollo

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida

Una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. Armar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades.

Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.

Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria

Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural

Eje 3: Más sociedad, mejor Estado.

Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía

Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.

Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.

LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD (2011)

TITULO I

Objetivo y ámbito de aplicación

Art. 1 Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a:

- i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia;
- ii) garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del

consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas; y,

- iii) Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.

Art. 2.- Se establecen como principios del sistema ecuatoriano de la calidad, los siguientes:

1. Equidad o trato nacional.- Igualdad de condiciones para la transacción de bienes y servicios producidos en el país e importados.
2. Equivalencia.- La posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país.
3. Participación.- Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de la calidad.
4. Excelencia.- Es obligación de las autoridades gubernamentales propiciar estándares de calidad, eficiencia técnica, eficacia, productividad y responsabilidad social.
5. Información.- Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades.

Art. 3.- Declárase política de Estado la demostración y la promoción de la calidad, en los ámbitos público y privado, como un factor fundamental y prioritario de la productividad, competitividad y del desarrollo nacional.

Art. 4.- Son objetivos de la presente Ley:

- a) Regular el funcionamiento del sistema ecuatoriano de la calidad;
 - b) Coordinar la participación de la administración pública en las actividades de evaluación de la
- LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD -

- c) Establecer los mecanismos e incentivos para la promoción de la calidad en la sociedad ecuatoriana.
- d) Establecer los requisitos y los procedimientos para la elaboración, adopción y aplicación de normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- e) Garantizar que las normas, reglamentos técnicos y los procedimientos para la evaluación de la conformidad se adecuen a los convenios y tratados internacionales de los que el país es signatario.
- f) Garantizar seguridad, confianza y equidad en las relaciones de mercado en la comercialización de bienes y servicios, nacionales o importados; y,
- g) Organizar y definir las responsabilidades institucionales que correspondan para la correcta y oportuna notificación e información interna y externa de las normas, los reglamentos técnicos y los procedimientos de evaluación de la conformidad.

Sección II

Del consejo consultivo del comité interministerial de la calidad

Art. 14.- Constituyese al Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN, como una entidad técnica de Derecho Público, adscrita al Ministerio de Industrias y Productividad, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, con autonomía administrativa, económica, financiera y operativa; con sede en Quito y competencia a nivel nacional, descentralizada y desconcentrada, por lo que deberá establecer dependencias dentro del territorio nacional y, se regirá conforme a los lineamientos y prácticas internacionales reconocidas y por lo dispuesto en la presente Ley y su reglamento.

4.12 Marco Conceptual

Tour operador: es en si una empresa que se encarga de ofrecer productos y servicios turísticos, por medio de la contratación de otros proveedores de los cuales obtiene los servicios para la creación de paquetes del tipo todo incluido, este se integra a otras empresas para prestar sus servicios tales como alojamiento, transporte, excursiones entre otros, y presta a su personal para realizar la logística del tour en la mayoría de los casos. (Chávez & Medina , 2009)

Turismo: es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organizacion Mundial del Turismo, 2007)

Satisfacción del cliente: La satisfacción del cliente va muy ligada a la calidad empresarial ya que ambos términos no se deberían entender el uno sin el otro. Para conocerla, es imprescindible generar vías para recibir feedback tras la compra y ver qué se puede mejorar en este proceso. (Supply Chain., 2017)

Indicadores: En cuanto al significado de un indicador no consta una definición oficial por parte de algún organismo nacional o internacional, solo algunas referencias que los describen como herramientas para clasificar y definir, de forma más precisa objetivos e impactos, los indicadores deben ser medidas verificables de

cambio y resultado diseñadas para contar con un estándar con el cual evaluar o evidenciar resultados con respecto a metas establecidas con la finalidad de facilitar el reparto de trabajo, insumos y productos de esta manera alcanzar los objetivos (Mondragón, A., 2002)

ISO: Son las siglas en inglés International Organization for Standardization. Se trata de la Organización Internacional de Normalización, y se dedica a la creación de estándares para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia de productos y servicios. Son las llamadas Normas ISO. (Normalización, ISO Organización., 2015)

Organización: Para Ferrell y Geoffrey, la "organización consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, que son necesarios para lograr las metas, y en actividades que incluyan atraer a gente a la organización, especificar las responsabilidades del puesto, agrupar tareas en unidades de trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito" (Ferrel, O., & Geoffrey, H., 2005)

Proceso: Un proceso es un conjunto de actividades que están interrelacionadas y que pueden interactuar entre sí. Estas actividades transforman los elementos de entrada en resultados, para ello es esencial la asignación de recursos. (Normalización, ISO Organización., 2015)

Producto Turístico: Son elementos tangibles (infraestructura, equipamiento, alojamiento, etc.) e intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etc.) que

permiten al visitante o turista tener experiencias, disponiendo para esto de un territorio capaz de proveer al consumidor de momentos significativos, según su propia percepción. (Servicio Nacional de Turismo, 2015)

Promoción Turística: es la acción de promocionar una persona, cosa, servicio, etc. Tiene como objetivo promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo. (Ecuador Travel, 2010)

Publicidad Turística: Como toda publicidad, está destinada, a tener utilidades por medio de anuncios o campañas que hagan atractivos los servicios, y tratan siempre de que el cliente potencial se convierta en real al momento de hacer uso de ellos. (Mendoza, 2016, págs. 45-56)

Volumen de ventas: al considerar el nivel de ventas de un producto es uno de los estándares de calidad de un producto más valorado, por lo que siempre hay que tenerlo en cuenta. (Supply , 2017)

E. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

En la implementación se utilizaron los siguientes equipos, herramientas e instrumentos.

5.1.1 Equipos

- Equipo de Cómputo.
- Cámara Digital.

5.1.2 Herramientas

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

5.1.3 Instrumentos

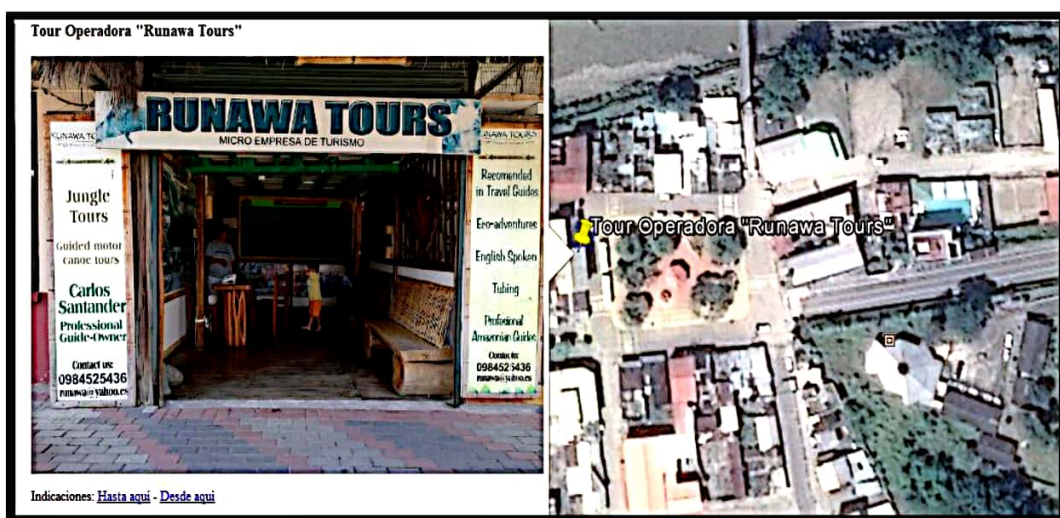
- Internet.
- Formularios para el registro de la información.

5.2. Métodos

5.2.2. Ubicación del área de estudio

El estudio se ubica en la Tour Operadora “Runawa Tours” del señor Carlos Santander Propietario, ubicado en la provincia Napo, cantón Tena de la parroquia Puerto Misahualli, la cual cuenta con una población 5.502 según datos de la INEC 2015.

Ilustración 1. Ubicación del Área de Estudio



Fuente: Google Earth Pro

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

5.2.2. Ubicación política

La parroquia puerto Misahualli, pertenece al Cantón Tena, Provincia de Napo, está ubicado sobre el margen izquierdo del Río Napo.

Limita con:

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

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

Este: Parroquia Ahuano (Río Pusuno)

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

Ilustración 2. Ubicación Política de la Parroquia Puerto Misahualli



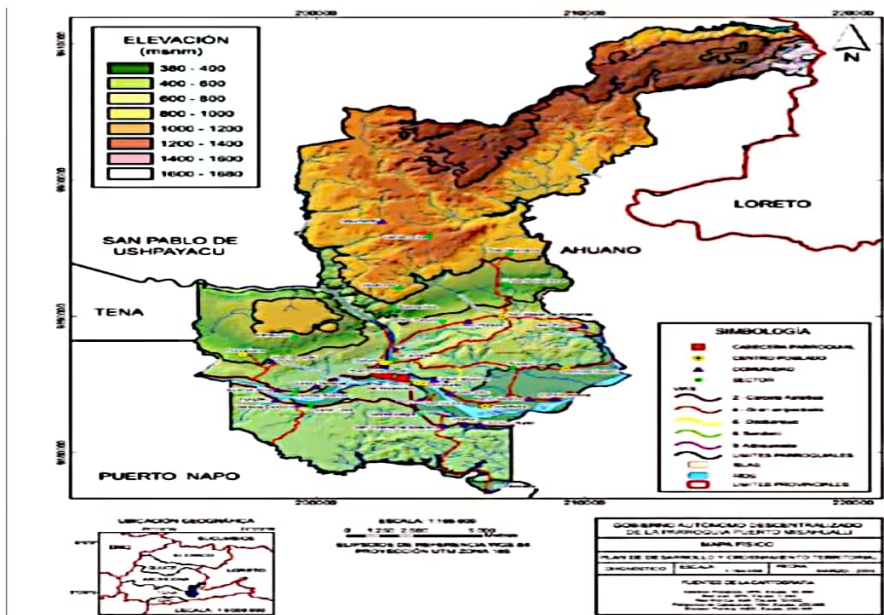
Fuente: SEMPLADES - 2014

5.2.3. Ubicación geográfica

Puerto Misahuallí es una parroquia rural perteneciente al cantón Tena y a la provincia de Napo en la República del Ecuador.¹ Tiene una población de 5393 habitantes y 9,60 hab/km².¹

Es además, un puerto fluvial en el río Napo en la Región Amazónica ecuatoriana.

Ilustración 3. Ubicación Geográfica del Cantón Tena



Fuente: GAD Parroquial de Puerto Misahuallí

5.3. Aspectos biofísicos y climáticos

5.3.1. Aspectos biofísicos

a) Relieve

Las provincias de Napo geológicamente existen las formaciones Arajuno, Chalcaná, Tena, Napo y Chapiza lo que significa que gran parte de la provincia está constituida por rocas sedimentarias marinas de cretácico Inferior (Walter Sauer 1965)².

La parroquia del Puerto Misahuallí forma parte de las superficies estructurales bajas que tienen sustrato de bancos calcáreos y lutitas. La acción de la erosión diferencial ha dado lugar a la formación de diferentes niveles de superficies estructurales, con colinas homogéneas en su mayoría de cimas redondeadas,

vertientes convexas y pendientes que varían entre 12 y 40%. En relación a la geomorfología forma parte de valles fluviales y aluviones, relieve colinar bajo”, se establecen las siguientes formaciones:

Tabla 1. Unidades geomorfológicas

FORMACION	AREA	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 alluvial	159,08	0,48
Total	33.441,64	100

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

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.

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 bentoníticas y capas de yeso en la base, fácilmente reconocibles por la presencia de arcillas y areniscas de color púrpura 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 medio 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.¹

De acuerdo al mapa geomorfológico, se desprende que las unidades más representativas de la parroquia son: superficie y vertiente de mesa corresponde al 27,7% del territorio, superficie y frente de cuesta con el 16,7%, relieve colinado medio a alto con 12,7% y la superficie de mesa con el 10,7%. La mayoría de las formaciones corresponde a la unidad pie de monte, siendo éstas el 56,7% .

Valles Fluviales y Aluviones. Esta unidad morfológica, ha sido formada por el río 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 llueva en sectores queda estancada formando pequeñas lagunas.

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 unos 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 estable, la intención de drenaje es media.

Tabla 2. Descripción de unidades geomorfológicas.

Relieve	Descripción
Vertiente Andina Alta	Coluvio aluvial antiguo, Encañonamiento de mesa, Encañonamiento y vertiente de cuesta, Islas Relieve colinado bajo, Relieve colinado medio, Relieve colinado medio a alto, Relieve colinado medio a bajo
Pie de monte	Superficie de cuesta erosiónada, Superficie de mesa, Superficie y frente de cuesta, Superficie y vertiente de mesa, Río doble
Cuenca Amazónica Baja	Terraza alta, Terraza baja, Terraza baja y cauce actual, Terraza indiferenciada, Terraza media, Terraza muy alta, Valle aluvial

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

b) Suelo

Son suelos alofónicos, con presencia de limos a franco limosos profundos. Son de saturados en bases y tiene un pH ácido, lo cual repercute en una baja fertilidad. La retención de humedad es superior al 100% por ser suelos muy esponjosos. Se pueden observar suelo arcillo-limoso, con una baja capacidad de drenaje superficial. Los suelos ácidos de la amazonia, tienen una fijación de Fosforo (P) con valores de retención de 26 a 51%, los cuales se relacionan significativamente con el contenido de materia orgánica pobre y aluminio intercambiable.

Es decir los suelos se caracterizan por una alta pobreza química y baja fertilidad natural.

Tabla 3. Uso y cobertura del Suelo

Nivel	Area	Porcentaje
Bosque	21.715,25	64,9%
Pastizal	7.920,20	23,7%
Vegetación natural	1.170,22	3,5%
Mosaico agropecuario	859,3	2,6%
Cultivo permanente	530,89	1,6%
Cuerpo de agua	491,49	1,5%
Cultivo anual	417,72	1,2%
Otras áreas	251,43	0,8%
Zona antrópica	67,54	0,2%
Cultivo semipermanente	17,6	0,1%
Total	33.441,64	1,00

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

c) Información 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 mm, humedad mayor a 90%, velocidad del viento de 8,2 a 10,8 m/s, se observa una nubosidad de 65% del día.

Tabla 4. Descripción del clima

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

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

d) Flora

De acuerdo al PDOT del cantón Tena (2014-2019), las especies de flora endémicas en peligro de extinción, de entre las que sobresale la especie Ampelocera longissima, el Ahuano, mariposa entre otras.

Existen muchas especies con características médicas y nutricionales, que si bien es cierto dentro de la cultura kichwa es conocida, la misma no ha sido difundida, ni estudiada en sus características bioquímicas, muchas de ellas se encuentran en peligro o al menos amenazadas, por lo que urge el trabajo investigativo para determinar su importancia nutricional y medicinal, se aspira que con la presencia de la Universidad IKIAM, se logré realizar investigaciones en este campo que permita un uso eficiente de la flora endémica y nativa de la Amazonía y en especial de la provincia de Napo.

En la parroquia se puede encontrar otras especies como: Balsa (*Ochroma pyramidale* - Bombacaceae), Guarumo (*Cecropia sciadophylla*-Cecropiaceae), pambil (*Iriarte deltoidea*), laurel (*Cordia alliodora*), ceibo (*Ceiba pentandra*) y especies arbustivas como las Heliconias (*Heliconia episcopalis* -heliconiaceae), *Costus scaber*- Costaceae, *Cyclanthus bipartitus*-Ciclantaceae), son especies más abundantes. Especies medicinales como: una de gato, ayahuasca, guayusa, sangre de drago, gualanga, papachina, anguila panga (*Anturium ernestii*), chugri yuyu (*Kalanchoe pinnata*) entre otras, especies frutales avio, guaba, guayaba, papapaya, maíz, caimito, mamey colorado (*Pouteria sapota*), puma muyo (*Casertiana obovalis*), zapote, caña de azúcar.

Cuadro 1. Especies de flora endémicas en peligro.

Descripción del recurso bajo presión	Amenaza	Causa de degradación
Familia: <i>Meliaceae</i> Género: <i>Swietenia</i> Especie: <i>Swietenia macrophylla</i> Nombre común: <i>Ahuano</i>	En peligro de extinción	Expansión de la frontera agrícola, Deforestación
Familia: <i>Zingiberaceae</i> Género: <i>Hedychium</i> Especie: <i>Hedychium coronarium</i> Nombre común: <i>Mariposa</i>	En peligro de extinción	Deforestación
Familia: <i>Zamiaceae</i> Género: <i>Zamia</i> Especie: <i>Zamia ulei</i> Nombre común:	En peligro de extinción	Deforestación
Descripción del recurso bajo presión	Amenaza	Causa de degradación

Familia: <i>Ulmaceae</i> Género: <i>Ampelocera</i> Especie: <i>Ampelocera longissima</i> Nombre común:	Amenazada	Deforestación
Familia: <i>Campanulaceae</i> Género: <i>Centropogon</i> Especie: <i>Centropogon papillosus</i> Nombre común:	Amenazada	Deforestación

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

e) Fauna

Cuadro 2. Especie de Fauna

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Armadillo	<i>Dasyus novemcinctus</i>	DASYPODIDAE
Cusumbo	<i>Potos flavus</i>	PROCYONIDAE
Guatusa	<i>Dasyproctidae fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
Guanta	<i>Agouti paca</i>	AGOUTIDAE
Jaguar	<i>Panthera onca</i>	FELIDAE
Mono aullador	<i>Alouatta palliata</i>	ATELIDAE
Tapir	<i>Tapirus terrestres</i>	TAPIRIDAE
Tigrillo	<i>Felis pardalis</i>	FELIDAE
Venado	<i>Mazama americana</i>	CERVIDAE

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Cuadro 3. Mamíferos más representativos

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Chichico De Napo	<i>Saimiri sciureus</i>	CEBIDAE
Coatí Amazónico	<i>Coatí Amazónico</i>	PCOCYONIDAE
Guatusa del Oriente	<i>Dasyprocta punctata</i>	DASYPROCTIDAE
Margay	<i>Leopardus wiedil</i>	FESDAE
Oso de Anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>	URSIDAE
Venado Colorado	<i>Nasua nasua</i>	CERVIDAE

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Aves.

Cuadro 4. Aves

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Águila Arpía	<i>Harpia harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
Águila Pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PANDIONIDAE
Carpintero Crestirrojo	<i>Dryocopus lineatus</i>	PICIDAE
Cacique Ecuatoriano	<i>Cacicus sclateri</i>	ICTERIDAE
Colibrí Ermitaño	<i>Phaethornis hispidus</i>	TROCHILIDAE
Colibrí Ermitaño	<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
Guacamayo Militar	<i>Ara militaris</i>	PSITTACIDAE
Guacamayo Ventirrojo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE
Golondrina de Riscos	<i>Haplochelidon andecola</i>	HIRUNDINIDAE
Halcón Cazamurciélagos	<i>Falco ruficularis</i>	FALCONIDAE
Jacana Carunculada	<i>Jacana jacana</i>	JACANIDAE
Loras	<i>Amazona spp</i>	PIMELODIDAE
Mirlo Piconegro	<i>Turclis ignobilis</i>	TURCLIDAE
Mirlo Cuelliblanco	<i>Turdus albicollis</i>	TURDIDAE
Oropéndola	<i>Oriolus oriolus</i>	ORIOIDAE
Paloma Domestica	<i>Columba livia</i>	COLUMBIDAE
Periquito Aliazul	<i>Brotogeris cyanoptera</i>	LOROS
Perico Ojiblanco	<i>Psittacara leucophthalmus</i>	LOROS

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Anfibios y Reptiles

Cuadro 5. Anfibios y Reptiles más representativos

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Lagartija	<i>Alopoglossus angulatus</i>	GYMNOPHTHALMIDAE
Rana Listada	<i>Scinax ruber</i>	HYLIDAE
Sapo Marino	<i>Rhinella marina</i>	BUFONIDAE

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Identificación de Unidades Ambientales

Son siete unidades ambientales entre las cuales tenemos: zonas sin cobertura vegetal (áreas deforestadas para actividades agrícolas y están abandonadas), zonas agropecuarias (áreas destinadas a la producción agrícola y pecuaria), zonas de vegetación secundaria (bosque secundario), zonas de bosque húmedo intervenido, zonas de bosque primario (áreas protegidas), asentamientos humanos (comunidades, barrios y la cabecera parroquial) y cuerpos de agua (recursos hídricos como ríos, riachuelos y vertientes).

Cuadro 6. Amenazas y Prioridades de Conservación de los Ecosistemas

RECURSO	PROBLEMA AMBIENTAL	ACTIVIDAD/CAUSA	NIVEL DE AFECTACIÓN
Agua	Contaminación por aguas residuales agrícolas.	Uso de pesticidas.	Media Alta
	Contaminación por aguas residuales de la población	Actividades humanas	Media
	descargas del sistema sanitario de Tena, sin tratamiento previo)	Actividad minera ilegal	
Suelo	Contaminación por residuos sólidos.	Actividades humanas –	Media Media
	Contaminación por residuos industriales (mantenimiento vehículos)	turismo Transporte	
Flora y fauna	Desequilibrio ecológico, por la disminución de especies nativas y endémicas de flora y fauna de la Amazonía	Deforestación de los bosques naturales,	Alta

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Cuadro 7. Áreas Protegidas

Área Protegida	Área (ha)	Porcentaje
Cerro Sumaco y cuenca alta del río Suro - Ampliación Hollin-Loreto-Coca	10.325,17	30,88
Venecia	168,37	0,50
Jatun Sacha	560,02	1,67
Parque Nacional Sumaco Napo Galeras	964,39	2,88
Total	12.017,95	35,94

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

De acuerdo al mapa de áreas protegidas de Puerto Misahualli, el 35,94%

del área parroquia se encuentra dentro del estatutos de territorio conservado, el mismo que se encuentra en muy buen estado, siendo el área más grande la del Cerro Sumaco y cuenca alta del río Suno ampliación Hollin – Loreto – Coca con 10.325,17 hectáreas . Estas áreas se encuentran protegidas por el MAE, sin embargo tienen presión de las comunidades de Tres Hermanos, Verdecocha e Ishquiñambi (Vargas Shiguango , César Alonso Cerda Tapuy , Cerda Andí , Cerda Grefa , & Cerda Aguinda , 2019)

Tabla 5. Descripción de impactos y nivel de contaminación en el entorno ambiental.

Ecosistema	Descripción del servicio ambiental	Prioridad de conservación
Bosques Secundarios	Regulación escorrentía superficial, recurso escénico	Alta
Bosque húmedo tropical.	Regulación escorrentía superficial, recurso escénico	Alta

Fuente: Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial del GAD Parroquial Puerto Misahualli (GAD Parroquial Puerto Misahualli, 2014)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

5.4. Tipo de investigación

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

- a. Documental.** – Se determinó en la Tour operadora “Runawa Tours”, como un segmentó y sus partes organizacionales para poder delimitar problemas, causas y soluciones en los niveles de satisfacción adquiridos por el cliente buscar información en libro, por lo cual se dio inicio con el análisis documental con los archivos facilitados por el Ministerio de Turismo (MINTUR).
- b. Cualitativo.** - Pueden describir y realizar el análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación. (Hernández Sanpieri, R., Fernández Collado, C., & B, 2010).
- c. Cuantitativo.** - porque se hace uso de datos números en la herramienta SIGO

que califica valorativamente el nivel de satisfacción que puede tener la oferta del servicio turístico y todos los involucrados en el proceso, permitiendo transformarlos a un análisis crítico de importancia de ejecución y de monitoreo.

- d. Campo.** - Por la visita realizada en la Tour operadora Runawa Tours que permite conocer la situación actual adicional de la realización de la herramienta SIGO que debe ser ejecutada en el lugar de estudio.

Observación. - En la observación el investigador considera los fenómenos tal como se presentan, sin modificarlos ni actuar sobre ellos, mientras que la experimentación implica una variación provocada intencionalmente por el investigador sobre las condiciones en las que se desarrolla el fenómeno, (Marshall & Rossman , 1998) la definen como "la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado" El método es cualitativo, se aplicará de forma directa y crítica evaluando todo el panorama para conocer todos los aspectos que influyen. (Kawulich, B., 2005)

Con esta técnica se pretende recabar la información necesaria que permita al investigador realizar un diagnóstico de la magnitud de los impactos producidos, lo cual me permitió analizar de manera directa, a través de la vista, la aplicación del programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión organizacional).

- e. Recolección bibliográfica.** - Por el constante manejo de información literaria para la formación de un documento investigativo.
- f. Entrevistas con actores claves.** – Las entrevistas se llevarán a cabo utilizando los formularios del “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO).

5.5. Conocer la situación actual en la Tour operadora Runawa Tours

5.5.1 Diagnostico situacional

Utilizando el formulario F-G-01 - lista de verificación, expuesto en el “Anexo 1” participando de una intervención directa se plantea que el propietario responda varias preguntas para obtener datos necesarios que nos permitan comprender la situación actual de la Tour operadora Runawa Tours .Las preguntas son un resumen de los 3 Módulos que se ejecutaran en el SIGO, cada módulo contara con una puntuación optima de 30 puntos, la calificación mínima para obtener el Distintivo es de 75 puntos y como calificación máxima posible 120 puntos.

Además, las preguntas de la lista de verificación cuentan con un parámetro de 0 hasta 4 puntos, de acuerdo con la siguiente tabla y criterio de evaluación.

Tabla 6. Lista de verificación

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.

Fuente: SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional.)

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Con los resultados obtenidos se procederá a realizar la siguiente formula:

$$\text{Calificación modulo} = \sum \text{escala calificaciones} \times 0,75$$

5.5.2 Realizar el Diagnóstico de Resultados.

Empleando el formulario F-G-02, Diagnóstico de resultados expuesto en el “Anexo 2” se pretende comprender el entorno real de la empresa sobre áreas potenciales, comerciales, internos y financieras.

5.5.3 Realizar el Diagnóstico de la Estructura Financiera.

Utilizando el Formulario F-G-03: Diagnóstico de la Estructura Financiera expuesto en el “Anexo 3” se pretende recolectar datos estimados relativos a sus registros contables, así como su diagnóstico de situación actual financiero y oportunidades de mejorar.

5.6. Aplicar la metodología del Sistema inicial de gestión organizacional (SIGO) en la Tour operadora Runawa Tours.

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

6 Sesiones de capacitación a los propietarios de las empresas turísticas a través de funcionarios del MINTUR (Ministerio de Turismo)

Visitas de asesoría técnica, mediante una entrevista utilizando los formularios expuestos en los anexos, con el cual se prevé obtener la información necesaria para el proceso.

La Implementación del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) requiere el cumplimiento de un cronograma de trabajo a través del formulario (F-H1-01) expuesto en el “Anexo 4”, en el que se muestran cada una de las herramientas y el tiempo de asignación previsto para su ejecución.

5.6.2 Módulo 1: Calidad Personal.

a. Herramienta 1: Cambio y Lenguaje Propio.

- Mediante el formulario F – H1 – 03: Sistema QQCC (expuestos en el “Anexo 5”) se pretende mejorar el nivel de comprensión en la comunicación y orientación con el cliente.
- Con el Formulario F – H1 – 02: Matriz de Asignación de Responsabilidades (expuestos en el “Anexo 6”), se procurará que el propietario de la Tour operadora Runawa Tours asigne a sus colaboradores distintas tareas, siendo ellos los responsables de que se cumplan, con el propósito que se incluya a todos los miembros de la hostería en el cambio.

b. Herramienta 2: Desarrollo Humano y Liderazgo.

El propósito de esta herramienta es completar el Formulario F – H2 – 01: Diagnóstico de Puesto que se expone en el “Anexo 7”, con el cual se pretende visualizar si los trabajadores están en el lugar de trabajo apropiado para sus habilidades, de no ser el caso se solicitara al propietario una capacitación y asignación de nuevos puestos de trabajo.

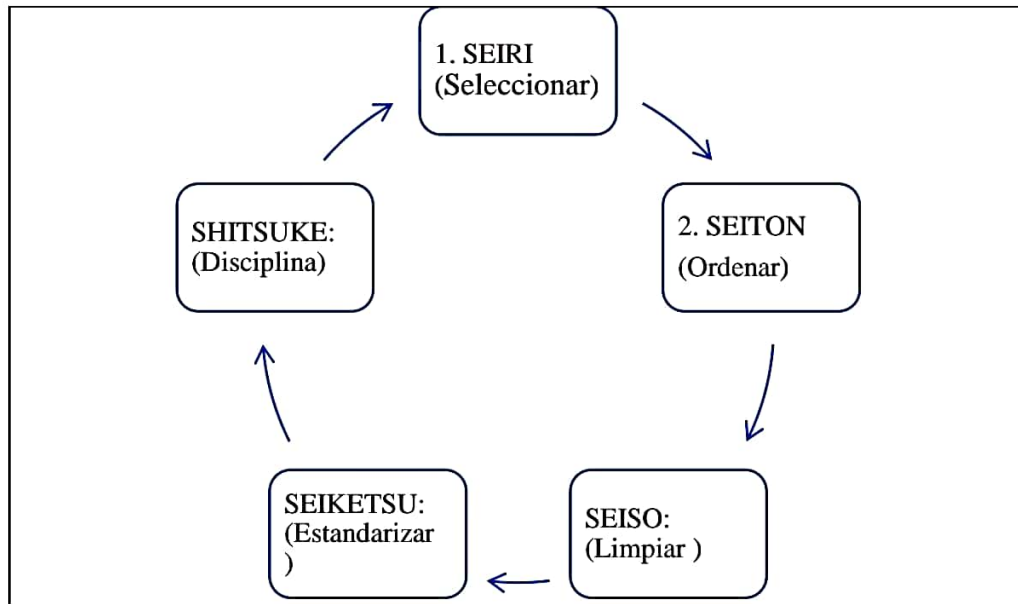
Una vez lleno el formulario anteriormente expuesto se procederá a realizar un organigrama estructural del hostel

c. Herramienta 3: El Método de las 5S.

En método de las 5S es un proceso de cambio físico y estandarización de procesos, dentro del hostel se procura que todo el personal forme parte del proceso, con el fin de mejorar los lugares de trabajo, tratando de mejorar el orden y limpieza de áreas físicas.

Las 5S se basan en 5 palabras japonesas expuestas en la siguiente ilustración:

Ilustración 4. 5S



Fuente: Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO).

Con el fin de dar cumplimiento al proceso de las 5S y facilitar la distribución adecuada del lugar se llevará un registro fotográfico.

5.6.3 Módulo 2: Enfoque en el Cliente.

a. Herramienta 4: Turistas y Mercado

- A través del formulario (F-H4-01) Segmentación del Mercado y (F-H4-02) y Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado expuestas en el “Anexo 8” Y el “Anexo 9”, se espera contar con una perspectiva real relativa al manejo y difusión de la Tour operadora Runawa Tours, debido a que la actual herramienta cuenta con bases de marketing.
- Con el formulario F-H4-03: Traducción de las Necesidades del Cliente expuestas en el “Anexo 11”, se pretende lograra plasmar de manera escrita los resultados más notorios de las encuestas y demás herramientas previamente mostradas.
- En esta misma herramienta existe el proceso de Encuesta de Satisfacción con ayuda del formulario (F-H4-04) expuestas en el “Anexo 10” permitiéndonos estar al corriente en cuanto al punto de vista de los clientes, concerniente al

servicio que ofrece la Tour operadora Runawa Tours.

- Usando el “Anexo 12” F-H4-05 Evaluación Competitiva, se pretende determinar la competencia y las circunstancias actuales de la empresa.
- Con el “Anexo 13” formulario F-H4-06 Definición de valor agregado resaltaremos las mejores cualidades que posee la Tour operadora Runawa Tours.

b. Herramienta 5: Servicio y Atención al Cliente

Esta herramienta refuerza el desarrollo de cualidades positivas con el propósito de mejorar el vínculo entre servidor - cliente, además, utilizando el “Anexo 14” F – H5 – 01: Gestión de Reclamos y Quejas se pretende receptar quejas y sugerencias reales de los clientes, para con ellos establecer un proceso de respuesta para cualquier reclamo futuro.

c. Herramienta 6: Ventas y Fidelización.

Con esta herramienta SIGO pretende identificar si existe canales de venta dentro de la empresa, igualmente procura saber si la Tour operadora Runawa Tours cuenta con acciones para fidelizar a los clientes.

5.6.4 Módulo 3: Gestión de la Rutina y la Mejora

a. Herramienta 7: Mejora de lo Cotidiano

Con la presente herramienta, se buscará que la Tour operadora Runawa Tours defina sus procesos e identifique sus componentes, además de que utilice la estandarización como base para la mejora continua, con ayuda de los siguientes formularios: F-H7-01: Análisis de Prioridades para la Estandarización, expuesto en el “Anexo 15” y el Formulario F-H7 – 02: Procedimiento Operativo, expuesto en el “Anexo 16”

b. Herramienta 8: Gestión de la Información

La herramienta 8 se desarrolla como propuesta usando toda la información necesaria sobre las finanzas, para que el hostel defina sus puntos críticos.

c. Herramienta 9: Política Básica y Evaluación de Resultados

En la presente herramienta se realizará un FODA según el formulario F-H9-02: Creación de Matriz FODA expuesto en el “Anexo 17” para examinar aspectos internos y externos de la Tour operadora Runawa Tours. Conjuntamente, se establecerá la Misión, Visión y valores empleando el formulario F-H9-01 expuesto en el “Anexo 18”

5.7. Elaborar un plan de acciones correctivas para la Tour operadora Runawa Tours

Con el fin de determinar las acciones correctivas y aportar al mejoramiento continuo del Hostal, se procederá a trabajar con dos matrices, la primera permitirá determinar las acciones correctiva y la segunda evaluar el cumplimiento.

F. RESULTADOS

6.1. Conocer la situación actual de la Tour operadora Runawa Tours

6.1.1. Diagnostico situacional

Para la realización del diagnóstico situacional se trabaja con los datos obtenidos en el **formulario F-G-01**, lista de verificación, expuesto en el “Anexo 19” cuyos resultados se describe por módulos a continuación:

a. Módulo 1: Calidad Personal

Se realiza la interpretación de los datos, los mismos que se simplifican en la tabla 6 y fueron obtenidos mediante la fórmula mencionada a continuación:

$$* \text{Calificación módulo 1} = \sum \text{escala de calificaciones} \times 0,75$$

$$\text{Calificación módulo 1} = 20 \times 0,75$$

$$\text{Calificación módulo 1} = 15$$

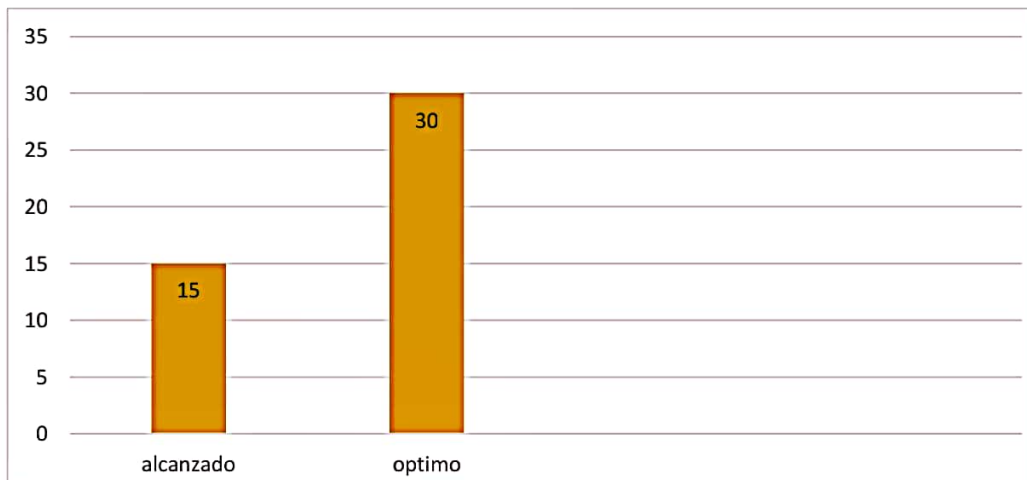
Tabla 7. Resultados obtenidos en el módulo 1 calidad personal en el diagnostico situacional.

MODULO	PUNTUACIÓN MÁXIMA POR MODULO	Σ ESCALA DE CALIFICACIÓN	Σ [ESCALA CALIFICACIONES] X 0,75 *	PUNTAJE ALCANZADO
Modulo 1	30 puntos	20	20 x 0.75	15

Fuente: Formulario F-G-01 (Anexo 19).

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 1. Modulo #1 Calidad Personal



Fuente: Formulario F-G-01

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Se obtuvo una calificación de 15 sobre 30 determinándose que las principales falencias de la empresa son: inexistencia de un organigrama oficial y no cuenta con una estandarización de procesos.

b. Módulo 2: Enfoque en el Cliente

Se realiza la interpretación de los datos, los mismos que se simplifican en la tabla 7 y cuyos resultados fueron obtenidos mediante la fórmula expuesta a continuación:

$$* \text{Calificación módulo 2} = \sum \text{escala de calificaciones} \times 0,75$$

$$\text{Calificación módulo 2} = 19 \times 0,75$$

$$\text{Calificación módulo 2} = 14.25$$

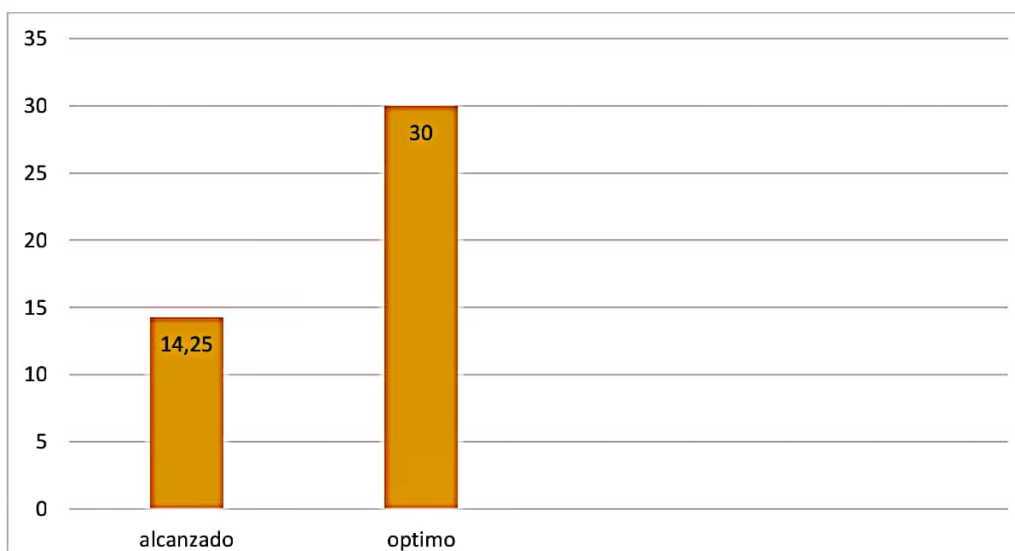
Tabla 8. Resultados obtenidos en el módulo 2 calidad personal en el diagnostico situacional.

MODULO	PUNTUACIÓN MÁXIMA POR MODULO	Σ ESCALA DE CALIFICACIÓN	Σ [ESCALA CALIFICACIONES] X 0,75	PUNTAJE ALCANZADO
Módulo 2	30 puntos	20	19 x 0.75	14.25

Fuente: Formulario F-G-01 (Anexo 19).

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 2. Modulo #2 Enfoque en el Cliente



Fuente: Formulario F-G-01

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: se obtuvo una calificación de 14.25 sobre 30 puntos, deduciéndose que la empresa no considera satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes además se evidencia que no cuenta con canales de venta directos que permitan mantener al establecimiento con una tasa de ocupación efectiva.

c. Módulo 3. Gestión de la Rutina y la Mejora

Se realiza la interpretación de los resultados, los mismos que se simplifican en la tabla 8 y fueron obtenidos mediante la fórmula mencionada a continuación:

$$* \text{Calificación módulo 3} = \sum \text{escala de calificaciones} \times 0,75$$

$$\text{Calificación módulo 3} = 18 \times 0,75$$

$$\text{Calificación módulo 3} = 13.50$$

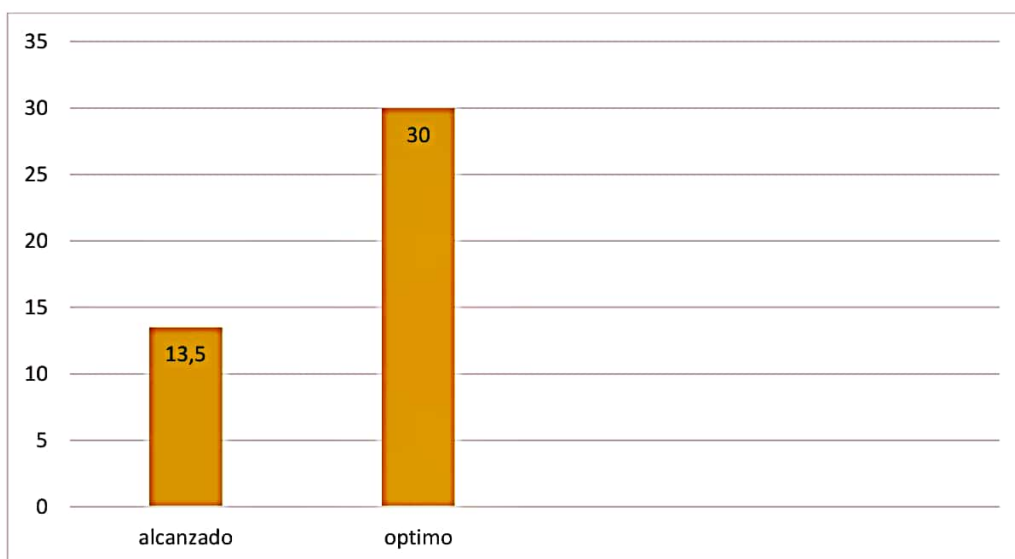
Tabla 9. Resultados obtenidos en el módulo 3 calidad personal en el diagnostico situacional

MODULO	PUNTUACIÓN MÁXIMA POR MODULO	Σ ESCALA DE CALIFICACIÓN	Σ [ESCALA CALIFICACIONES] X 0,75	PUNTAJE ALCANZADO
Modulo 3	30 puntos	20	18 x 0.75	13.50

Fuente: Formulario F-G-01 (Anexo 19).

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 3. Modulo #3 Gestión de la Rutina y la Mejora



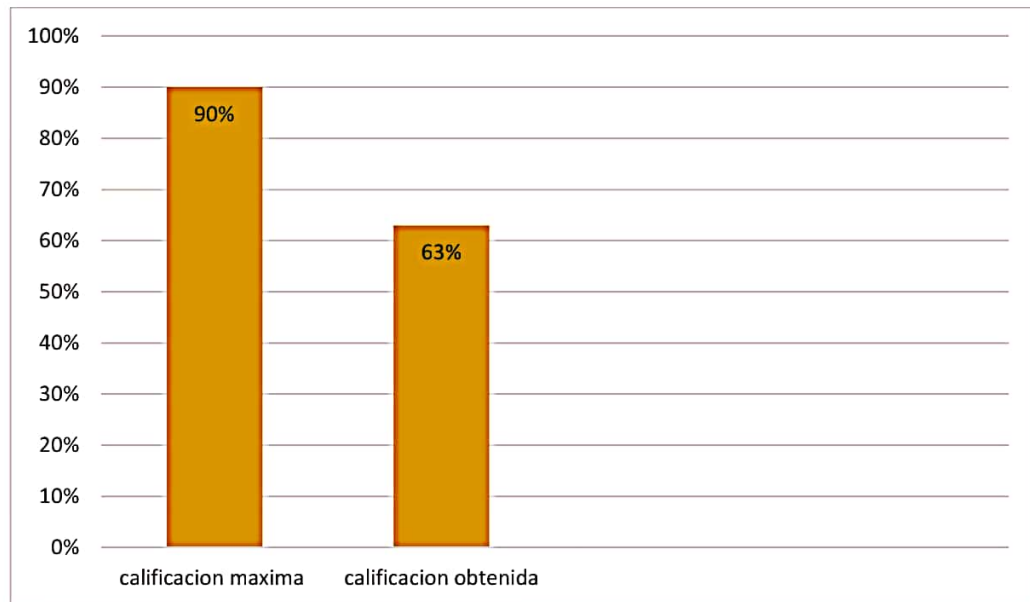
Fuente: Formulario F-G-01

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Se obtuvo una calificación de 13.50 sobre 30, concluyéndose que, la Tour Operadora muestra poco interés en la estandarización de procesos, además no ha establecido su política básica. Misión, valores y visión,

Resultado final de los tres módulos:

Grafico 4.Diagnostico situacional



Fuente: Formulario F-G-01

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Se determinó que en los tres módulos que en la Tour Operadora existen falencias respecto a la calidad al personal, enfoque al cliente y gestión de rutina y mejora, dando como resultado que el módulo 1 y 3 son los que menor puntaje alcanzaron, demostrando así que el hostel alcanza un total en la calificación alcanzada del 63% por debajo de la nota máxima.

6.1.2. Realizar el Diagnóstico de Resultados.

El **formulario F-G-02**, diagnóstico de resultados, expuesto en el “Anexo 20”, indica la siguiente tabla de resultados.

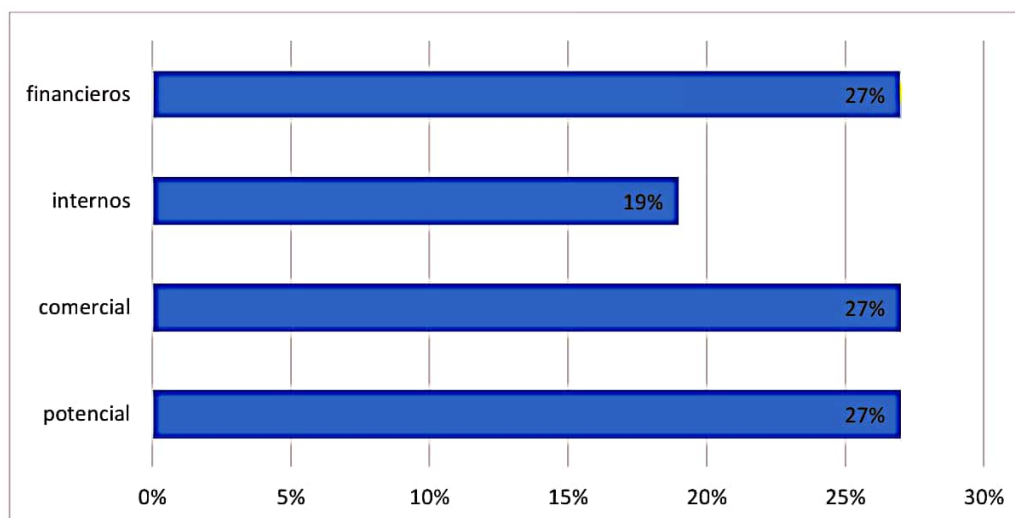
Tabla 10. Diagnóstico de Resultados

ELEMENTO	Semáforo			PORCENTAJE
	B	R	M	
POTENCIAL (Personal (rotación – ausentismo e impuntualidad – ingresos destinados a capacitación - accidentes laborales)	4	0	0	27%
COMERCIALES (Participación en el mercado - Satisfacción de clientes - Porcentaje de ocupación - Tarifa promedio)	1	2	1	27%
INTERNOS (Productividad - procesos clave – Desperdicios – Innovación)	2	1	0	19%
FINANCIEROS (Utilidad – Rentabilidad – Liquidez - Margen Neto sobre ventas)	1	3		27%

Fuente: Formulario F-G-02

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 5. Diagnóstico de Resultados



Fuente: Formulario F-G-02

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Se puede concluir que, los procesos internos de la empresa son adecuados; hay que fortalecer considerando que no se lleva un control de los mismos lo que impide determinar la rentabilidad y utilidad de la empresa. Otro elemento a fortalecer es el comercial en el cual hay que establecer métodos para acrecentar la afluencia de la demanda, medición de satisfacción del cliente. En cuanto al elemento potencial el único estándar a mejorar son los procesos de

capacitación del personal a través de una asignación del porcentaje de ganancias destinadas para este rubro.

6.1.3. Realizar el Diagnóstico de la Estructura Financiera.

Los datos derivados del formulario F-G-03, diagnóstico de la estructura financiera expuesto en el “Anexo 21”, se exponen en el siguiente gráfico.

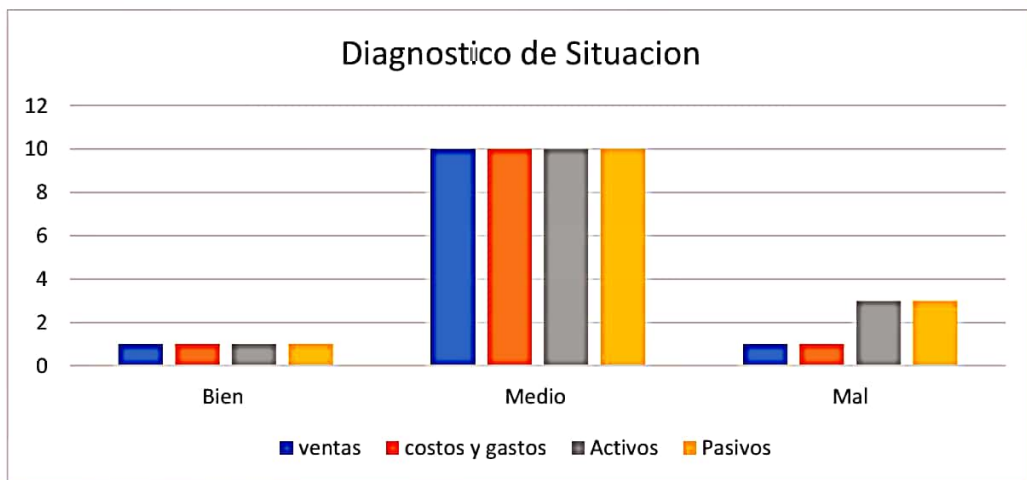
Cuadro 8. Diagnóstico de Situación

Diagnóstico de Situación			Bien	Medio	Mal
Rentabilidad	Resultados	Ventas		X	
		Costos y gastos		X	
	Capital invertido	Activos		X	
		Pasivos		X	

Fuente: Formulario F-G-03

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Gráfico 6. Diagnóstico de la Estructura Financiera I



Fuente: Formulario F-G-03

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Sobre el diagnostico de situación en la estructura financiera, concluimos señalando que la rentabilidad de la Tour Operadora se encuentra en un nivel medio con un total de 10, según datos expuestos por la propietario.

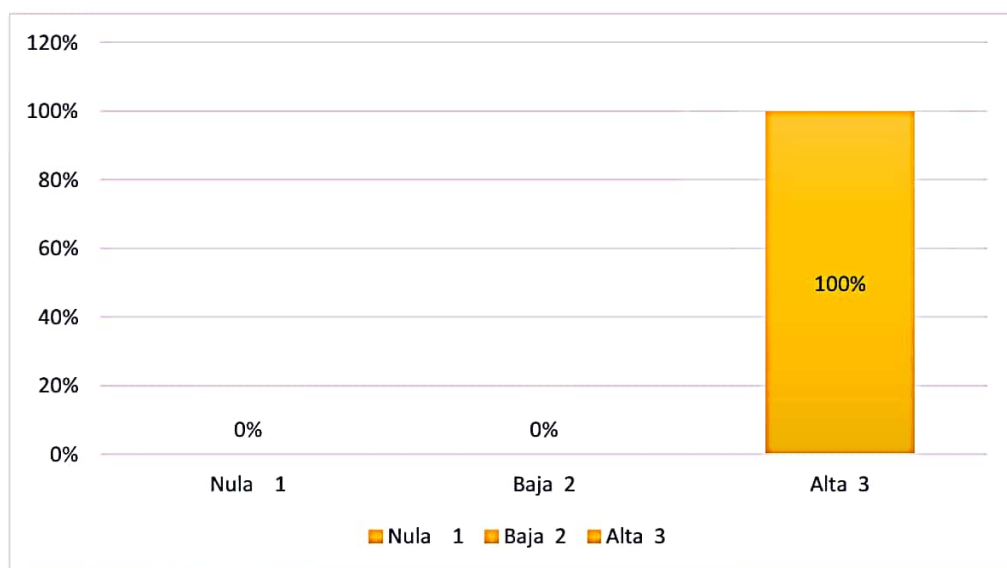
Cuadro 9. Oportunidad de Mejora

OPORTUNIDAD DE MEJORA			NULO	BAJO	ALTO
Rentabilidad	Resultados	Ventas			X
		Costos y gastos			X
	Capital invertido	Activos			X
		Pasivos			X

Fuente: Formulario F-G-03

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 7. Diagnóstico de la Estructura Financiera II



Fuente: Formulario F-G-03

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: se pudo concluir que, las posibilidades de desarrollo de la Tour Operadora se encuentran en un nivel alto, debido a la buena acogida que la empresa tiene con relación a la implementación del programa (SIGO).

6.1. Aplicar la metodología del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en la Tour Operadora Runawa Tours

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

Los procesos a desarrollar en la Implementación del “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO) se los expone en las siguientes cuadros y tablas.

Cuadro 10. Sesiones de Capacitación con los Propietarios.

SESIONES DE CAPACITACIÓN CON LOS PROPIETARIOS			
Sesiones	Asistencia		Observación
	SI	NO	
Sesión 1		X	A la primera reunión, no se pudo asistir debido al cierre de las vías por una protesta de la población.
Sesión 2	X		Ninguna
Sesión 3	X		Ninguna
Sesión 4	X		Ninguna
Sesión 5	X		Ninguna
Sesión 6	X		Ninguna

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Tabla 11. Asesoría Técnica

ASESORÍA TÉCNICA	FECHA	OBSERVACIÓN
Acompañamiento a los funcionarios del MINTUR para la revisión de la tour operadora Runawa Tours y capacitación del personal a cargo de la Ing. Glamis	15/05/2019	Ninguna
Acompañamiento y asesoría con los formularios del proyecto SIGO	5/06/2019	Ninguna
Acompañamiento y asesoría con los formularios del proyecto SIGO	8/06/2019	Ninguna

ASESORÍA TÉCNICA	FECHA	OBSERVACIÓN
Acompañamiento y asesoría con los formularios del proyecto SIGO	22/06/2019	Ninguna
Verificación de cambios y mejoras en la tour operadora	03/07/2019	Ninguna

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Utilizando el **formulario F-H1-01** expuesto en el “Anexo 22”, se realizó el siguiente cronograma de implementación.

Tabla 12. Cronograma de Implementación

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	MES			
MODULO 1: CALIDAD PERSONAL	ABRIL			
HERRAMIENTA 1: CAMBIO Y LENGUAJE PROPIO	1	2	3	4
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
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
Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 3 (en el caso que sea				X

aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).				
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
Preparar e implementar el Día del Descarte y tomar fotografías nuevamente una vez implementadas las 5S.				X

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	MES			
MODULO 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

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	MES			
MODULO 2: ENFOQUE EN EL CLIENTE	MAYO			
Elaborar el Sistema QQCC de la Herramienta 6.		X		
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	
MODULO 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			

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	MES			
HERRAMIENTA 8: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN	JULIO			
Elaborar un presupuesto para un período definido y compararlo con los datos reales.	X			
Identificar que documentos, controles o rutinas deben establecerse como parte del análisis económico-financiero dentro de la empresa turística.	X			
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

Elaborado por: Chavez Díaz Henry Manolo (2019)

6.2.2. Módulo 1: Calidad Personal.

a. Herramienta 1: Cambio y Lenguaje Propio.

- Mediante el **formulario F – H1 – 03**, sistema QQCC (expuestos en el “Anexo 23”), se registró en la presente ficha los siguientes puntos y datos:

Cuadro 11. Capacitación para el personal y reuniones de asesoramiento

Descripción de la acción	Responsable	Disposición de tiempo y recursos	Nivel de cumplimiento
Elaborar nuevos productos turísticos a través de la elaboración de paquetes turísticos	Señor. Carlos	Sabiendo la necesidad del cliente y de nuevos atractivos turísticos	Cada año
Readecuar la oficina de la runawa tours	Señor. Carlos	Remodelar en temporadas baja (junio) y contar con el presupuesto para poderla realizar	Cada año
Aplicar métodos de las 5 s	Señor. Carlos	Limpiando, ordenando, reparando y despachando equipos en mal estado de la oficina y la bodega de runawa tours	Cada 2 meses

Fuente: formulario F – H1 – 03.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Con el **formulario F – H1 – 02**, matriz de asignación de responsabilidades (expuestos en el “Anexo 24”), se registró con éxito a los colaboradores dando como resultado la siguiente tabla.

Cuadro 12. Asignación de Responsabilidades

NOMBRES DE LOS RESPONSABLES Y FECHA	Carlos	Ricardo	Renny	Carlois, Ricardo, renny	Abril 2019	Mayo 2019	Junio 2019
Cambio y Lenguaje Propio	X				X		
Desarrollo Humano y Liderazgo		x			X		
El Método de las 5S			X	X		X	
Turistas y Mercado				X		X	
Servicio y Atención al Cliente				X		X	
Ventas y Fidelización.				x		x	
Mejora de lo Cotidiano				x			x
Gestión de la Información	x					x	
Política Básica y Evaluación de Resultados	x			x		x	

Fuente: formulario F – H1 – 02.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

b. Herramienta 2: Desarrollo Humano y Liderazgo.

Obtuvimos los siguientes datos con ayuda del **formulario F – H2 – 01**, diagnóstico de puesto que se expone en (el “Anexo 25”), visible en la siguiente tabla:

Tabla 13. Diagnóstico de Puesto

NOMBRE	ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	ACTIVIDADES QUE CUBRE CON MAYOR FACILIDAD	ACTIVIDADES CON QUE SE LE DIFICULTAN EN SU PUESTO	CAPACITACIONES PARA PODER AUMENTAR SU DESEMPEÑO
Carlos Santander Gerente – Guía	4 años	Operaciones turísticas	Contabilidad y promoción	Aventurismo Marketing Redes sociales
Ricardo Andy Motorista	6 meses	Conducir la canoa Sociables Ordenado aseado	Ninguna dificultad	Capacitaciones en el idioma inglés

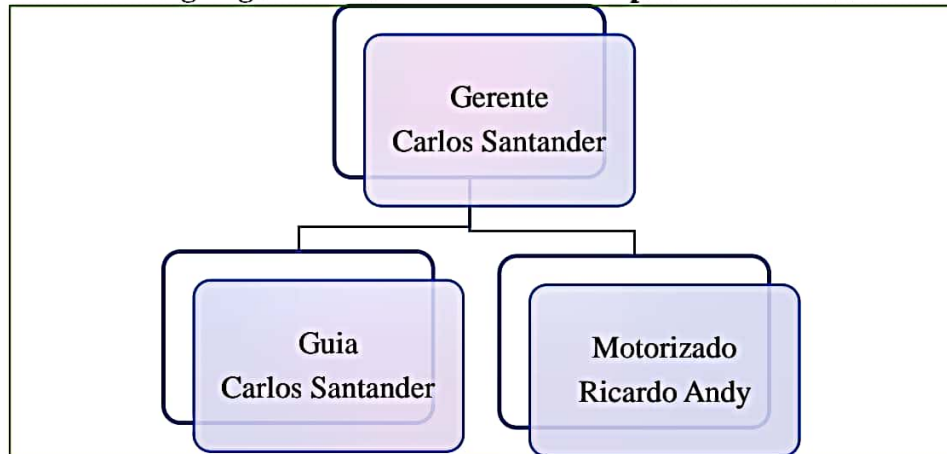
Fuente: Formulario F – H2 – 01.

Elaborado por: Chavez Díaz Henry Manolo (2019)

Demostrando que el personal está en las áreas correctas dentro de la tour operadora y que la mayoría de los colaboradores desea ser capacitado en las áreas que ayudan a su trabajo.

Una vez lleno el formulario anteriormente expuesto se procedió a realizar el organigrama estructural de la tour operadora.

Grafico 8. Organigrama Institucional – Tour Operadora Runawa Tours




Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

c. Herramienta 3: El Método de las 5S.

Mediante el método de las 5S se llevó a cabo los siguientes pasos:

Cuadro 13. Día del descarte aplicando las 5 S

DÍA DEL DESCARTE APLICANDO LAS 5 S <i>(SELECCIONAR, ORDENAR, LIMPIAR, ESTANDARIZAR Y DISCIPLINA)</i>	
SEIRI (Clasificación y Descarte): Se clasificó los chalecos salvavidas y botas de caucho de la misma manera la boyas	
Antes	Después
	
SEITON (Organización): Se organizó todos los materiales que son utilizados en las salidas turísticas	
Antes	Después
	

DÍA DEL DESCARTE APLICANDO LAS 5 S (SELECCIONAR, ORDENAR, LIMPIAR, ESTANDARIZAR Y DISCIPLINA)	
SEISO (Limpieza): se realizó la limpieza total de la empresa tanto la parte de afuera y adentro.	
Antes	Después
	
SEIKETSU (Higiene y Visualización): se establecido revisar una vez a la semana las boyas deterioradas	
Antes	Después
	
SHITSUKE (Disciplina y Compromiso): Se planteó un compromiso en modificar la puerta que conecta con el restaurante para que pase desapercibida.	
Antes	Después
	

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

6.2.3. Módulo 2: Enfoque en el Cliente.

a. Herramienta 4: Turistas y Mercado

- A través del **formulario (F-H4-01)** segmentación del mercado y **(F-H4-02)** y análisis de necesidades del nicho seleccionado expuestas en el “Anexo 26” Y el “Anexo 27”, se obtuvo los datos reflejados en el siguiente cuadro.

Cuadro 14. Necesidades de los nichos de mercado

NICHO	NECESIDADES DE LOS NICHOS
Vacaciones y estacionalidad el año	<ul style="list-style-type: none">➤ Información turística y un precio justo➤ Naturaleza➤ Aventura➤ Culturales
Ferriados, fines de semana, y eventos deportivos	<ul style="list-style-type: none">➤ Transporte fluvial➤ Cultural➤ Naturaleza➤ Aventura

Fuente: Formulario F-H4-01 y F-H4-02.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Con el formulario F-H4-03, traducción de las necesidades del cliente expuestas en el “Anexo 28”, Se recepto la información según el punto de vista de los propietarios y se la expone en el siguiente cuadro:

Cuadro 15. Nichos de Mercado y Traducción de Necesidades I

Nichos: Vacaciones y estacionalidad el año	
<i>Necesidades</i>	<i>Traducción de las Necesidades</i>
Información turística y un precio justo	Posicionarse en redes sociales facilitando así la información, adecuar la página web de la empresa
Naturaleza	Actividades de reforestación
Aventura	Equipos de seguridad confiables
Cultural	Tradiciones culinarias y shamanismo

Fuente: Formulario F-H4-03

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Cuadro 16. Nichos de Mercado y Traducción de Necesidades I

Nicho: Feriados, fines de semana, y eventos deportivos	
<i>Necesidades</i>	<i>Traducción de las Necesidades</i>
Transporte fluvial	Dar seguridad a los clientes en el transporte
Naturaleza	Actividades de reforestación y caminatas dentro de la selva
Aventura	Equipos de seguridad confiables cuando se realiza deporte de aventura
Cultural	Tradiciones culinarias y shamanismo

Fuente: Formulario F-H4-03

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- En esta misma herramienta existe el proceso de encuesta de satisfacción, con asistencia del **formulario (F-H4-04)** expuestas en el “Anexo 29” nos permitió ejecutar un total de 9 encuestas, los resultados de las mismas se encuentran expuestos a continuación.

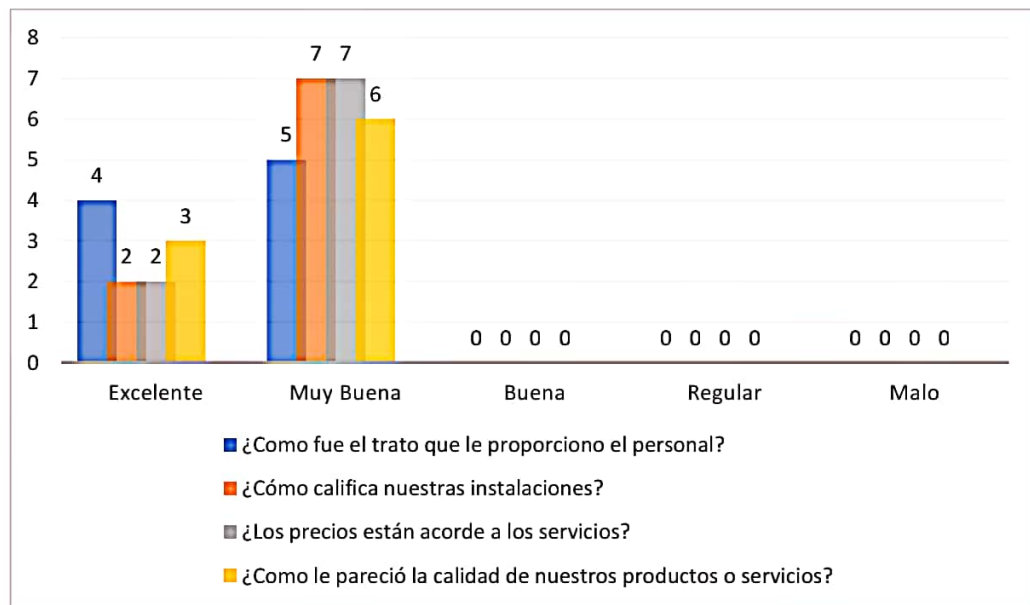
Tabla 14. Encuestas de Satisfacción I

PREGUNTAS	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
¿Cómo fue el trato que le proporcione el personal?	4	5	0	0	0
¿Cómo califica nuestras instalaciones?	2	7	0	0	0
¿Los precios están acorde a los servicios?	2	7	0	0	0
¿Cómo le pareció la calidad de nuestros productos o servicios?	3	6	0	0	0

Fuente: Formulario F-H4-04

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 9. Encuestas de Satisfacción I



Fuente: Formulario F-H4-04

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Según el grafico 9 podemos establecer qué 88% de la población encuestado eligió la opción “muy buena” demostrando que la atención al cliente dentro de la tour operadora está mejorando, según la percepción del usuario, y a su vez podemos notar que están satisfechos con los servicios contratados por parte de ellos a través de la tour operadora.

Cuadro 17. Encuestas de Satisfacción II

PREGUNTA	OPCIONES	
	SI	NO
¿Volvería a elegirnos?	9	0

Fuente: Formulario F-H4-04

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Grafico 10. Encuestas de Satisfacción II



Fuente: Formulario F-H4-04

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Interpretación: Como podemos observar en la gráfica 10, en la 5ta pregunta el 100% de la población encuestada si retornaría al tour operadora, resaltando que la misma está aplicando métodos de fidelización al cliente.

- En cuanto a la última pregunta las sugerencias de los clientes se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 15. Encuesta de satisfacción III

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?	1. Mejorar los precios cuando son para grupos ofreciendo rebajas
	2. Tener un atractivo mas

Fuente: Formulario F-H4-04

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Usando el “Anexo 30” formulario F-H4-05 evaluación competitiva, se muestra los principales competidores:

–**Tour operadora L” Agustin**

Servicios: transporte fluvial, recorrido en las comunidades, alimentacion

–**Tour operadora Kimunka:**

Servicios: transporte fluvial, recorrido en las comunidades, alimentación, paseos cortos.

Cuadro 18. Evaluación Competitiva

IMPORTANCIA RELATIVA PARA EL CLIENTE	ASPECTOS VALORADOS POR EL CLIENTE														
	Tour operadora Runawa tours					Competidor A Tour operadora L” Agustin					Competidor B Tour operadora Kimunka				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Calidad					x			x						x	
Servicio					x				x					x	
Rapidez					x				x					x	
Ubicación					x			x					x		
Accesibilidad				x				x						x	
TOTAL	105					86					86				

Fuente: Formulario F-H4-05.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

- Con el “Anexo 31” formulario F-H4-06, definición de valor agregado se resaltaron las mejores cualidades que posee la tour operadora , las cuales están expuestas en el siguiente cuadro:

Cuadro 19. Definición de Valor Agregado

CUALIDADES	SERVICIO OFRECIDO
Calidad	Implementación del SIGO, en Runawa Tours realizando una mejora continua, con el fin de evaluar la calidad de servicios turísticos y muy optimo comercialización.
Atención	Atendido por sus propios dueños y personal altamente calificado en atención calidad
Accesibilidad	La ubicación es de fácil acceso se puede llegar en automóvil y autobús
Precio	Adecuada política de precios estos son accesibles y justos
Resolución de quejas	Tomando las quejas como una oportunidad de mejorar, ofrecemos varias posibilidades de solución
Otros	Realizar un tour adecuado a las necesidades de nuestros clientes y tendencias de mercado

Fuente: Formulario F-H4-06.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

b. Herramienta 5: Servicio y Atención al Cliente

Durante la ejecución del programa SIGO, se puso a disposición de los clientes el formulario F – H5 – 01, gestión de reclamos y quejas expuesto en el “Anexo 32”, previo a esto existió 3 queja la cual describía que los precios son muy elevados y que se debería mantener un precio estándar para grupos.

Cuadro 20. Descripción de las quejas

QUEJAS
1. Neumaticos para el tubing con baja presión de aire
2. Falta tallas extra large de chalecos salvavidas
3. El asiento de la canoa muy duro, solo era tabla.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

c. Herramienta 6: Ventas y Fidelización.

Con esta herramienta se identificó la escasez de ofertas de promoción y materiales para el uso de las canoas, como lo podemos ver en los siguientes puntos:

- Según datos entregados por el propietario del tour operadora Runawa Tours nos menciona que la empresa no cuenta con ofertas de promoción y materiales para el uso de las canoas, debido a que no existe equipo especializado para poder

realizar las respectivas ofertas tanto las redes sociales como en la publicidad, así mismo existe unos escasos de material ya que muy costosos.

Así mismo nos menciona que el establecimiento, identificó que la tours operadora si cuenta con acciones para fidelizar a los clientes, tales como los expuestos en la siguiente tabla:

Tabla 16. Acciones de Fidelización

<u>ACCIONES DE FIDELIZACIÓN</u> <u>“RUNAWA TOURS “</u>
Como tour operadora, la calidad del servicio
Crear un protocolo de fidelización sencillo y cumplirlo de manera sistemáticamente con cada cliente
Tener ofertas para grupos o en días de mayor afluencia de turistas
Tener una buena relación con el cliente, aplicando técnicas de comunicación adecuadas. La amabilidad, la cordialidad, la simpatía, siguen siendo las armas más poderosas del agente de viajes a la hora de fidelizar un cliente.
Las llamadas de seguimiento deben aportar valor añadido al cliente, no basta con llamar para preguntarle si ya se ha decidido por la compra, hay que ofrecerle nuevas posibilidades, ideas o ventajas que superen sus expectativas
Durante la reserva de un paquete es importante cuidar los detalles, la superación de las expectativas del cliente debe ser siempre una regla de oro, especialmente en esta fase de la venta.
Todo paquete o tour turístico entregado al cliente debe responder a los criterios de imagen adecuada: porta documentos, contenidos, información complementaria, etc.
Las reclamaciones deben ser entendidas como una oportunidad de fidelización del cliente. Un cliente con una reclamación bien atendida comentará favorablemente con otras personas su experiencia en nuestra tour operadora.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

6.2.4. Módulo 3: Gestión de la Rutina y la Mejora

a. Herramienta 7: Prioridades estandarizadas

Con ayuda del formulario F-H7-01, análisis de prioridades para la estandarización, expuesto en el “Anexo 33”, y el Formulario F-H7-02: procedimiento operativo, expuesto en el “Anexo 34”, Se decidió estandarizar los procedimientos de las áreas mostradas en la siguiente tabla:

Tabla 17. Análisis de Prioridades para la Estandarización

Elementos Analizados	Frecuencia - Raro (1) Ocasional (2) Frecuente (3)	Impacto en Resultados - Bajo (1) Medio (2) Alto (3)	Calificación - Multiplicación de los 2 factores	Acciones a emprender
1. Ventas	2	3	6	Abrir nuevos canales de distribución
2. Infraestructura	1	3	3	Realizar un plan de mejoras
3. Estructura de paquetes	2	3	6	Coordinar y realizar los paquetes turísticos
4. Análisis de estrategias	3	3	9	Aplicar la difusión de los servicios ofrecidos
5. Uso de la Tics	3	3	9	Utilizar la tecnología para facilitar la promoción y difusión de los servicios ofertados

Fuente: Formulario F-H7-01

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Tabla 18. Estandarizar de procesos

ÁREAS DE ESTANDARIZACIÓN	PROCEDIMIENTO
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alianzas estratégicas para un mayor alcance de los servicios que ofrece ➤ Tener paquetes turísticos ya estructurados a la necesidad del cliente para las ventas

ÁREAS DE ESTANDARIZACIÓN	PROCEDIMIENTO
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuar el lugar para mayor comodidad del turista. ➤ Tener una computadora de escritorio en la oficina para facilitar la información requerida
Estructura de paquetes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contratar a un profesional para el desarrollo de paquetes turísticos. ➤ Desarrollar paquetes turísticos aprovechando el entorno donde se encuentra la tour operadora
Análisis de estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plantear con objetividad y claridad los servicios que se ofrece
Uso de las Tics	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aprovechar el desarrollo de plataformas tecnológicas para la promoción y difusión sobre los servicios que ofrece la empresa

Fuente: Formulario F-H7-02

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

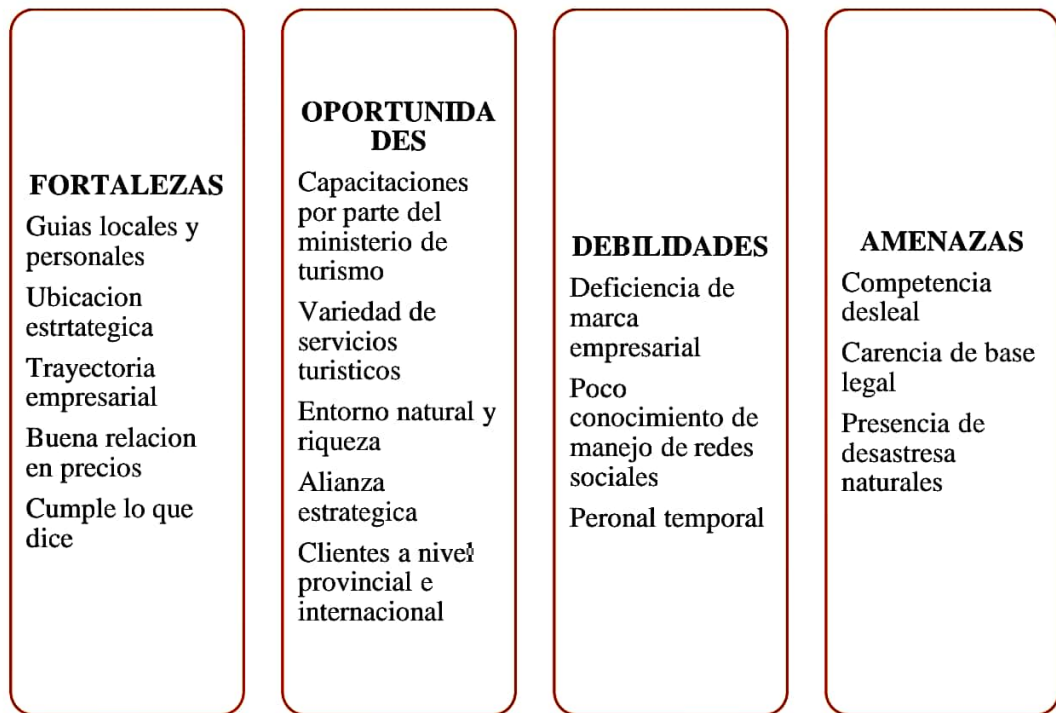
b. Herramienta 8: Gestión de la Información

Por motivos distantes y personales de la propietaria del tour operadora no se concretó la herramienta 8, la cual conlleva datos financieros, siendo un tema delicado de tratar además el propietario no facilitó la información.

c. Herramienta 9: Política Básica y Evaluación de Resultados

Mediante el **formulario F-H9-02**: creación de matriz FODA expuesto en el “Anexo 35”, se realizó el siguiente gráfico.

Grafico 11. Matriz FODA



Fuente: Formulario F-H9-02.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Se estableció en el grafico 12 la misión, visión y valores empleando el formulario F-H9-01 expuesto en el “Anexo 36”.

Grafico 12. Misión, Visión y Valores



Fuente: formulario F-H9-01.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

6.2. Elaborar un plan de acciones correctivas para la Tour Operadora Runawa Tours

Tabla 19. Matriz de Determinación de Acciones Correctiva

MATRIZ DETERMINACION DE ACCIONES CORRECTIVA			
Acción Correctiva	Indicador	Evidencia	Supuesto
Limpieza de la tour operadora con su respectiva bodega y remodelación de una puerta de forma rustica.	Limpieza mensual del local y la bodega de la tour operadora.	Registro fotográfica.	Adecuación del local para una mejor presentación al cliente.
Compra de 8 chalecos homologados.		Registro fotográfica.	La tour operadora cuenta con el presupuesto para realizar la compra.
Implementación de una computadora de escritorio en el local de la tour operadora.		Registro fotográfica.	La tour operadora cuenta con una Pc de escritorio
Realización de tours y paquetes turísticos de forma digital.		Registro fotográfica.	La tour operadora cuenta con ayuda de un profesional para realización de los paquetes y tour turísticos
Creación de un nuevo logo		Registro fotográfica.	La tour operadora cuenta con el presupuesto para realizar el nuevo logo.

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

Tabla 20. Matriz Plan de Evaluación del Cumplimiento

		MATRIZ PLAN DE EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO					
		Del 21 de junio al 30 de Agosto del 2019					
N .-	Fecha	Actividad	Responsable	Cumplió	Parcial	No Cumplió	Porcentaje
1	21 de Junio del 2019	Limpieza de la tour operadora con su respectiva bodega y remodelación de una puerta de forma rustica.	Henry Chávez Sr. Carlos Santander	X			100%
2	30 de junio del 2019	Compra de 8 chalecos homologados.	Sr. Carlos Santander		X		40%
3	25 de julio del 2019	Implementación de una computadora de escritorio en el local de la tour operadora.	Equipo contratado	X			100%
4	28 de Agosto del 2019	Realización de tours y paquetes turísticos de forma digital.	Señor Carlos Santander		X		60%
5	30 de Agosto del 2019	Creación de un nuevo logo	Señor Carlos Santander	X			100%

Elaborado por: Chavez Dias Henry Manolo (2019)

G. CONCLUSIONES

- Para ejecutar el programa SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional) se pudo concluir al realizar un análisis sobre la situación actual con el formato de la lista de verificación obteniendo un puntaje de 42.75 sobre 90 puntos por debajo de la nota mínima, reflejando que los módulos de calidad de personal y gestión de la rutina son los que menor puntaje alcanzaron.
- Se utilizó la metodología del SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional), en la Tour Operadora Runawa Tours, permitiendo aplicar los formularios expuestos en los anexos, cada una de las herramientas de los módulos tenía una puntuación la cual sumada nos dio un puntaje de 87 sobre 120 puntos logrando ser acreedor del distintivo SIGO, además cabe recalcar que al no completar la herramienta 8 de gestión de la información, no se pudo concluir debido a la poca información facilitada por ende nos disminuyó considerablemente el puntaje final.
- Se desarrolló un plan de acción correctiva, conjuntamente con el propietario del establecimiento realizando un total de 5 acciones, de las cuales se logró el cumplimiento total del 80% de la ejecución general dando a mejorar su seguridad y calidad a través de este plan.

H. RECOMENDACIONES

- Se le sugiere que siga la Tour Operadora Runawa Tours con una continua implementación sobre los procesos aplicados en la metodología SIGO (Sistema Inicial De Gestión Organizacional) para obtener tanto un beneficio y desarrollo del establecimiento con estándares de calidad.
- A la empresa Runawa Tours se le recomienda contratar a una persona para continuar con todos los procesos del programa SIGO, además será el encargado de estar proporcionando información en la oficina sobre los servicios ofertados por la empresa y paquetes turísticos personalizados.
- Lograr que el propietario de la empresa implemente una vez al año el programa sigo en su empresa para su mejoramiento continuo además realizar un seguimiento para concluir al 100% con el plan de acción correctiva.

I. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Manual de Implementación SIGO ECUADOR. (2015). *Pasos para Obtener SIGO en Ecuador*.
- Manual de Implementación SIGO en Ecuador. (2015). *Proceso de implementación SIGO ECUADOR*.
- Ramos Domínguez, Á. (2014). Análisis e impacto de los tour-operadores. *PASOS. Revista de Turismo*, 186.
- Andrada, L. R, & Alberdi, C. (2007). *Empresas de intermediación turística y nuevas tecnologías*. Madrid: Editorial Vision NET.
- Arévalo Ascanio, J. (30 de Enero de 2015). Implantación de un sistema de gestión de seguridad de información bajo la ISO 9000. *Tecnura*, 123-134. Obtenido de ¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa?: <https://www.esan.edu.pe/apuntesempresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-decalidad-en-tu-empresa/>
- Chávez , E., & Medina , N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, , 227-242.
- Constitución de la Republica, d. E. (junio de 20 de 2008). *Constitución de la Republica, d. E.* Obtenido de Constitución de la Republica, d. E.: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Dieckow, L. (2010). El uso de las fallas del mercado en los productos turísticos de destinos emergentes. *investigacion*, 163-176.
- Ecuador Travel. (14 de mayo de 2010). *Publicidad Virtual*. Obtenido de www.ecuador.us/turismo.htm
- Ferrel, O., & Geoffrey, H. (2005). Introducción a los Negocios en un mundo cambiante . En Ferrel, O., & Geoffrey, H., *Introducción a los Negocios en un mundo cambiante* (pág. 215). Madrid: Interamericana.: Interamericana.
- GAD Parroquial Puerto Misahualli. (2014). plan territorial GAD Prq. Puerto Misahualli. *plan territorial*.
- Gómez, B , & López, F. (2002). Regionalización Turística del Mundo. *turismo* , 100.

- González González, A., & González Rodríguez, R. (20 de Julio de 2008). DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD CON UN ENFOQUE DE INGENIERÍA DE calidad. *Ingeniería Industrial*, 1-6. Obtenido de Concepto de calidad.: <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Hernández Sanpieri, R., Fernández Collado, C., & B. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: : McGraw-Hill.
- ISO 9001, C. (2013). ¿Qué es Calidad? En 9. Sistemas de Gestión de Calidad según ISO, *¿Qué es Calidad?*
- Kawulich, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. En B. Kawulich, *La observación participante como método de recolección de datos*. (pág. 79). Brasil.
- Ley de turismo del Ecuador. . (27 de Diciembre de 2002). *MINISTERIO DE TURISMO*. Obtenido de MINISTERIO DE TURISMO: <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Manual de Implementacion SIGO en Ecuador . (2015). *Beneficios de la implementación SIGO Ecuador*.
- Marshall , & Rossman . (1998). *Metodologia de la investigacion*. mexico.
- Martínez, M. (2015). *Inventario de Recursos Turísticos*. brasil: ec. marcell.
- Melchior Navarro, M. (2016). Análisis e impacto de los tour-operadores y las agencias de viaje en el transporte turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio*, 217-230.
- Mendoza, J. (2016). publicidad turistica . *Turismo*, 45-56.
- Ministerio de Turismo del Ecuador . (15 de Junio de 2015). *Manual de implementación de SIGO*. Obtenido de Manual de implementación de SIGO.: https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/06/Manual_Implementaci%C3%B3n_SIGO.pdf
- Mondragón, A. (2007). ¿Qué son los indicadores? *revista de información y análisis*, 52.
- Mondragón, A. (2002). ¿Qué son los indicadores? . *evista de información y análisis*, 52.
- Montaudon Tomas, C. (25 de Febrero de 2010). Explorando la noción de calidad.

- Acta Universitaria*, 50-56. Obtenido de Definición de calidad.: https://www.gestiondecalidadtotal.com/definiciones_de_calidad.html
- Normalización, ISO Organización. (23 de Septiembre de 2015). *ISO Organización*. Obtenido de ISO Organización.: <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>
- Organización Mundial del Turismo . (2016). sistema turistico . *turismo*, 34.
- Organizacion Mundial del Turismo. (20 de junio de 2007). *Organizacion Mundial De Turismo*. Obtenido de <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ortiz, A ., & García-Abreu. (2008). Análisis estructural del sistema turístico. *Investigaciones Geográficas* , 89-106.
- Perez molina, I. (2016). Estrategia y desarrollo de una guia de implementacion de las normas ISO 9001. En P. m. Isabel, *aplicacion en la pymes* (págs. 9-34).
- Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017 202. (2 de mayo de 2017). *Plan Nacional, T. u. .* Obtenido de Plan Nacional, T. u. : http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCTFINAL_0K.compressed1.pdf
- Quesada,. (2005). *Concepto de Recurso Turístico*. mexico: EC. Consultado.
- Quevedo , M. (2016). METODOLOGÍA DE LAS 5S M AYOR PRODUCTIVIDAD. *Desarrollo de la Metodologia*, 5.7.
- Reglamento del sistema de calidad del Ecuador. (17 de mayo de 2011). *ministerio de industrias*. Obtenido de ministerio de industrias.: <https://www.industrias.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/A2-REGLAMENTO-A-LA-LEY-DEL-SISTEMAECUATORIANO-DE-LA-CALIDAD.pdf>
- Ricaurte, C. . (2009). Manual para Diagnostico Turístico. *Escuela Superior Politécnica Del Litoral. (En línea). EC.*, 76-80.
- Salcedo, M , & San Martin. (2012). Paradigma del desarrollo entre lo tradicional y alternativo. Gestión y estrategia. *Turismo y Sustentabilidad*:, 71-86 .
- Sanabria Rangel, P. (2014). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Universidad & Empresa*, 165-213.
- Servicio Nacional de Turismo. (2015). *Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados*. mexico: aventure works.
- Supply , C. (24 de Marzo de 2017). *EAE Business School*. . Obtenido de EAE

- Business School. : <https://retos-operacioneslogistica.eae.es/indicadores-de-calidad-optimizar-gestion/>
- Supply Chain. (24 de Febrero de 2017). *EAE Business School*. . Obtenido de EAE Business School. : <https://retos-operacioneslogistica.eae.es/indicadores-de-calidad-optimizar-gestion/>
- Valdez, J. (2005). Turismo. *Glosario Turístico, Atractivo turístico*. , 100-108.
- Vargas Shiguango , L. B., César Alonso Cerda Tapuy , C. A., Cerda Andi , G. F., Cerda Grefa , L. E., & Cerda Aguinda , G. (2019). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL GAD PARROQUIAL DE MUYUNA*. Tena.
- Visiones del Turismo. (18 de Abril de 2018). *Certificaciones sostenibles*:. Obtenido de Certificaciones sostenibles:: <https://www.visionesdelturismo.es/certificaciones-sostenibles-sellos-anivel-mundial/>

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

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

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

Puntaje: 30 puntos	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: _____
(Razón Social y RUP o RISE)

Fecha: _____

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 promedio (Alimentos y Bebidas)	¿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 corto plazo?	<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

Resultado

Entre

Capital Invertido

Ventas

Menos

Costos y gastos

Activos

Menos

Pasivo

Diagnóstico de la Estructura Financiera

(F-G-03)

A. Diagnóstico de Situación

Bien 1Medio 2Mal 3

B. Oportunidad de Mejora

Nula 1Baja 2Alta 3

Prioridad

AxB


Precio							
Volumen							
Costos Variables. (Varian de acuerdo a las Ventas): Materia Prima, Personal Extra, Lavandería, Amenities							
Costos fijos (NO varían de acuerdo a las Ventas) Personal Permanente, Energía, Servicios, Impuesto Predial, Capacitación, Amortizaciones							
Gastos Financieros. Intereses de los Prestamos Recibidos							
Efectivo y Bancos							
Cuentas por Cobrar Deudas de nuestros Clientes							
Inventarios Materiales Primas en depósito, Amenities en depósito, etc.							
Activo Fijo Terrenos, Edificios, Maquinaria y Equipos							
Pasivo a Corto Plazo Proveedores, Deudas							
Pasivo a Largo Plazo Acreedores							

87

Scanned with CamScanner

Anexo 4. Formulario F-H1-01

* Imprimir en tamaño: Oficio

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

Nota 1:

En la columna Evidencia Documental se señalan todos los documentos que deben colocarse en la carpeta del SIGO

Nota 2:

Cuando en la columna Evidencia Documental se solicita un Registro, la empresa turística debe elaborar y presentar este documento en la instancia de Evaluación del SIGO, junto con los formularios completados.

EMPRESA: _____		FECHA: _____		RESPONSABLE DEL PROYECTO: _____											
Nº	Descripción de Actividades	Responsable	MES 1				MES 2				MES 3				Evidencia Documental
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
MODULO 2: ENFOQUE EN EL CLIENTE															
HERRAMIENTA 4: TURISTAS Y MERCADO															
1	Capacitar y evaluar a los colaboradores en todos los aspectos vinculados a la Herramienta 4 (en el caso que sea aplicable seleccionar a instructores para dictar la capacitación).														F – H1 – 04: Registro de Capacitación; Material didáctico utilizado; Evaluaciones.
2	Elaborar el Sistema QGCC de la Herramienta 4.														F – H1 – 03: Sistema QGCC.
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 explice los resultados obtenidos en la Encuesta de Satisfacción.
6	Proponer e implementar acciones acordes al resultado de las Encuestas de Satisfacción.														Registro: Documento que explice 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 QGCC de la Herramienta 5.														F – H1 – 03: Sistema QGCC.
3	Definir, documentar y dar a conocer la postura de atención deseada														Registro: Documento que explice 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 explice 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 QGCC de la Herramienta 6.														F – H1 – 03: Sistema QGCC
3	Definir el mensaje que permite transmitir los beneficios que la empresa ofrece a los clientes y seleccionar el canal de venta apropiado para transmitirlo														Registro: Documento que exprese el mensaje y el medio de publicidad seleccionado
4	Diseñar e implementar una estrategia de ventas adecuada para la empresa.														Registro: Documento que explice la estrategia de ventas.
5	Indicar acciones para fidelizar al cliente														Registro: Documento que explice las 5 acciones de fidelización

N°	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 explice los puntos críticos y que exponga el tablero de control.
5	Elaborar un presupuesto para un periodo 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 explice la lista con enumeración de los documentos.
7	Elaborar la información de interés que será expuesta de modo visual														Registro: Documento que explice 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-H1-03

Logo de
la empresa

Sistema QQCC
(F-H1-03)



Nombre de la Empresa:	Herramienta N°:
Fecha de Elaboración:	Fecha de Exposición y Revisión de Resultados:
Objetivo:	Meta:

Acción	¿Qué? Descripción de la acción	¿Quién? Responsable	¿Cómo? Disposición de tiempo y recursos	¿Cuándo? Fecha límite
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Responsable de la herramienta : Firma: Miembros del Equipo: Firma:	Propietario y/o Gerente: Firma de Aprobación:
---	--

Anexo 6. Formulario F-H1-02


Logo de
la empresa

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



Elaboró		Aprobó:					Fecha:				
<div>Nombres de los Responsables</div> <div>Herramientas</div>											
H1	Cambio y Lenguaje Propio										
H2	Desarrollo Humano y Liderazgo										
H3	El Método de las 5S										
H4	Turistas y Mercado										
H5	Servicio y Atención al Cliente										
H6	Ventas y Fidelización.										
H7	Mejora de lo Cotidiano										
H8	Gestión de la Información										
H9	Política Básica y Evaluación de Resultados										

Anexo 7. Formulario F-H2-01

<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; margin: 0 auto;"></div> <p>Logo de la empresa</p>	<h3>Diagnóstico de Puesto (F-H2-01)</h3>	
<p>El objetivo de este cuestionario es identificar aquellas áreas temáticas que constituyen las necesidades de capacitación del puesto que desempeña.</p>		
<p>Datos del Colaborador:</p>		
Área:		Antigüedad en el puesto:
Nombre:		Puesto que desempeña:
<p>Mencione cuáles son las actividades que cubre con mayor facilidad y cuáles en las que tiene algunas dificultades en su puesto:</p> <hr/> <hr/>		
<p>Mencione como evalúa su desarrollo personal en la organización:</p> <hr/> <hr/>		
<p>¿Qué áreas necesita fortalecer a nivel personal para poder cumplir de una mejor forma con los objetivos y tareas asignadas?</p> <hr/> <hr/>		
<p>¿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:</p> <hr/> <hr/>		
<p>Observaciones, comentarios, sugerencias:</p> <hr/> <hr/>		
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

POR VARIABLE _____:

a	
b	
c	



NICHOS

Listar de acuerdo al grado de Importancia

1	
2	
3	



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)



Listar en Orden de Importancia

Nicho	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-H4-04

Logo de
la empresa

Encuesta de Satisfacción (F-H4-04)



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

Fecha: _____

Nombre: _____

Sexo: ☐ M ☐ F

Email : _____

Edad: _____

Tipo de Viaje: Negocios | Turismo | Otro

Cliente: ☐ Habitual ☐ Esporádico

Como nos conoció: Web | Redes sociales |

Folletería | Recomendación | Otro: _____

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

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
<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 ☐ No ☐

¿Tiene usted alguna sugerencia para poder mejorar?

Anexo 11. 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 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			
	1	2	3	4	5	Calificación	1	2	3	4	5	Nosotros	Comp. A	Comp. B
Primer Aspecto						Nosotros								
Calidad						Competidor A								
						Competidor B								
Segundo Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Tercer Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Cuarto Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Quinto Aspecto						Nosotros								
						Competidor A								
						Competidor B								
Para mejorar, hay que considerar donde enfocar los esfuerzos en función de A y B.											Suma			
Nota 1. En un Hotel o Restaurante, los aspectos podrán ser: Calidad, Servicio, Rapidez, Ubicación, Ambiente, Tranquilidad, Postura de Atención														
Nota 2. La importancia relativa y la calificación de nuestra capacidad para cubrir el elemento a satisfacción del cliente, tienen una escala de 1 a 5. Siendo 1 el de menor impacto y 5 el de mayor.														

Anexo 13. Formulario F-H4-06

<p>Logo de la empresa</p>	<p>Definición de Valor Agregado (F-H4-06)</p>	
<p>Considerar</p>	<p>Redactar cuales serán los aspectos diferenciales del servicio ofrecido en cada ítem</p> <td data-kind="ghost"></td>	
<p>Calidad</p>		
<p>Atención</p>		
<p>Accesibilidad</p>		
<p>Precio</p>		
<p>Resolución de Quejas</p>		
<p>Otros</p>		

Anexo 14. Formulario F-H5-01

<div>Logo de la empresa</div>		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

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

Anexo 16. 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	
Cuándo 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)



SIGO
Sistema Inicial de
Gestión Organizacional
ECUADOR

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 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:

Anexo 19. F-G-01 Lista de Verificación



Lista de Verificación (F-G-01)



Empresa: Hostal La Colina

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 La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo	Suma:		19		
	Total:		14.25		

* 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:		20		
	Total:		15		

3. GESTIÓN DE LA RUTINA Y LA MEJORA					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa identifica las diferentes áreas, cuáles son los productos, los clientes y proveedores de cada una de ellas.				X	
2. Los procesos clave del negocio, están estandarizados y cuentan con metas e indicadores de gestión.			X		

3. Los estándares enfatizan los requerimientos u objetivos que el proceso debe cumplir, las restricciones y las actividades principales a través de métodos gráficos, como fotografías, diagramas etc.		X			
4. La estandarización se realiza con la participación de los colaboradores involucrados en los procesos.			X		
5. Cuando se contrata un nuevo colaborador, recibe la inducción y capacitación necesaria para manejar adecuadamente los procesos 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:		18		
	Total:		13.50		

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	15
2. Enfoque en el Cliente	15
3. Gestión de Rutina y La Mejora	20
Puntuación por asistencia	N/A
Puntuación total obtenida	50

Empresa: _____
(Razón Social y RUP o RISE)

Fecha: _____

Nombre del Evaluado: _____

Firma: _____

Nombre del Evaluador: _____

Firma: _____

Anexo 20. F-G-02 Diagnóstico de Resultados



Diagnóstico de Resultados (F-G-02)



ELEMENTO	¿Qué preguntamos? ¿Cómo medir?	Semáforo <div style="display: flex; justify-content: space-around;">BRM</div>
POTENCIAL		
1. Rotación de personal	¿Nuestra gente es importante para nuestra empresa? ¿La gente se va? ¿Están	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px; text-align: center;">X</div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div></div>
2. Ausentismo e impuntualidad	¿Es alto? ¿Sube?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px; text-align: center;">X</div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div></div>
3. % de ingresos destinados a capacitación del personal	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px; text-align: center;">x</div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div></div>
4. Número de accidentes laborales de la empresa	¿Es mayor, menor o igual al año anterior?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px; text-align: center;">X</div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div></div>
COMERCIALES		
1. Participación en el mercado	¿Sube? ¿Buena afluencia y permanencia de clientes?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px; text-align: center;">X</div><div style="width: 33px;"></div></div>
2. Satisfacción de clientes	¿Las quejas suben? ¿Se aplican encuestas de satisfacción?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px; text-align: center;">X</div><div style="width: 33px;"></div></div>
3. Porcentaje de ocupación mensual	¿Es aceptable? ¿Es menor, mayor o similar a la ocupación del	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px; text-align: center;">x</div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div></div>
4. Tarifa promedio (Alojamiento) Consumo promedio por pax (Agencias) Cubierto promedio (Alimentos y Bebidas)	¿Es muy baja con respecto a la tarifa RACK?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px; text-align: center;">x</div></div>
INTERNOS		
1. Productividad, procesos clave	¿Mejoramos? ¿Cómo estamos con respecto a la competencia?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px; text-align: center;">x</div><div style="width: 33px;"></div></div>
2. Desperdicios	¿Mejoramos? ¿Son elevados? ¿Los conocemos?	<div style="display: flex; border: 1px solid black;"><div style="width: 33px; text-align: center;">X</div><div style="width: 33px;"></div><div style="width: 33px;"></div></div>

3. Innovación	¿Hay nuevos productos o proyectos? ¿Hay mejoras o	<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 type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. Liquidez	¿Cuenta con dinero suficiente para cubrir sus pagos en el corto plazo?	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. Margen Neto sobre ventas	¿Es suficiente cubrir los gastos?	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Anexo 21. Diagnóstico de la Estructura Financiera




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




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

Anexo 22. F-H1-01 Cronograma de Implementación



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




EMPRESA: Hostal la colina FECHA: 04/06/2019 RESPONSABLE DEL PROYECTO: Franklin Tipán															
N°	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	
MÓDULO 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 QOCC de la Herramienta 1.			X											F-H1-03: Sistema QOCC.
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 QOCC de la Herramienta 2.						X								F-H1-03: Sistema QOCC.
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 QOCC de la Herramienta 3.							X							F-H1-03: Sistema QOCC.
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.


MÓDULO 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 QOCC de la Herramienta 4.									X		F – H1 – 03. Sistema QOCC.
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 expone 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 expone 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 -08. Definición de Valor Agregado.
HERRAMIENTA 5: SERVICIO Y ATENCIÓN 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 QOCC de la Herramienta 5.						X					F – H1 – 03. Sistema QOCC.
3	Definir, documentar y dar a conocer la postura de atención deseada.									X		Registro: Documento que expone los criterios de postura de atención y experiencia.
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 expone 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 QOCC de la Herramienta 6.					X						F – H1 – 03. Sistema QOCC.
3	Definir el mensaje que permita transmitir los beneficios que la empresa ofrece a los clientes y seleccionar el canal de venta apropiado para transmitirlo.									X		Registro: Documento que expone el mensaje y el medio de publicidad seleccionado.
4	Diseñar e implementar una estrategia de ventas adecuada para la empresa.						X					Registro: Documento que expone la estrategia de ventas.
5	Indicar acciones para fidelizar al cliente.							X				Registro: Documento que expone 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).													X	F – H1 – 04. Registro de Capacitación, Material didáctico utilizado, Evaluaciones.	
2	Elaborar el Sistema QOCC de la Herramienta 7.													X	F – H1 – 03. Sistema QOCC	
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 INFORMACIÓN																
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 QOCC de la Herramienta 8.													X	F – H1 – 03. Sistema QOCC	
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 estos puntos críticos.													X	Registro: Documento que explique 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 sistema económico- financiero dentro de la empresa turística.													X	Registro: Documento que explique la lista con enumeración de los documentos.	
7	Elaborar la información de interés que será expuesta de modo visual.													X	Registro: Documento que explique la información a exponer. Apoyos visuales colocados.	
HERRAMIENTA 9: POLÍTICA BÁSICA 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.	

Anexo 23. F-H1-03 Sistema QQCC



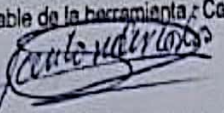
Sistema QQCC
(F-H1-03)



Nombre de la Empresa: Runawa Tours	Herramienta N°: 1-2-3
Fecha de Elaboración: 22/04/2019	Fecha de Exposición y Revisión de Resultados:
Objetivo: Orientar a Runawa Tours através de capacitaciones y buenas prácticas para obtener el distintivo SIGO	Meta: Aplicar rutinariamente el manual de implementación SIGO Realizar en 4 meses las actividades recomendadas y propuestas para la obtención del distintivo.

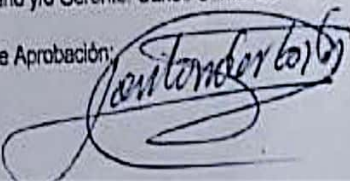
Acción	¿Qué? Descripción de la acción	¿Quién? Responsable	¿Cómo? Disposición de tiempo y recursos	¿Cuándo? Fecha límite
1	Elaborar nuevos productos turísticos através de la elaboración de paquetes turísticos	Carlos	Sabiendo la necesidad del cliente y de nuevos atractivos turísticos.	Cada año
2	Readecuar la oficina de Runawa Tours	Carlos	Remodelar en temporada baja (junio) y contar con el presupuesto para poderla realizar.	Cada año
3	Aplicar el método de las 5 s	Carlos	Limpiando, ordenando, reparando y desechando equipos en mal estado de la oficina y la bodega de Runawa Tours	Cada 2 meses
4				
5				
6				

Responsable de la herramienta: Carlos Santander



Firma: 

Miembros del Equipo: Henry Chavez


Propietario y/o Gerente: Carlos Santander

Firma de Aprobación: 


Anexo 24. F-H1-02 Matriz de Asignación de Responsabilidades

		<p>Matriz de Asignación de Responsabilidades (F-H1-02)</p>						
Elaboró		Aprobó:				Fecha:		
Herramientas		Nombres de los Responsables						
		CARLOS	RICARDO	RENNY	CARLOS RICARDO RENNY	22/04/2019	13/05/2019	17/06/2019
H1	Cambio y Lenguaje Propio	x				x		
H2	Desarrollo Humano y Liderazgo		x				x	
H3	El Método de las 5S			x	x		x	
H4	Turistas y Mercado				x		x	
H5	Servicio y Atención al Cliente	x	x	x	x			x
H6	Ventas y Fidelización.							
H7	Mejora de lo Cotidiano							
H8	Gestión de la Información	x						x
H9	Política Básica y Evaluación de Resultados	x			x			x

Anexo 25. F-H2-01 Diagnóstico de Puesto



Diagnóstico de Puesto
(F-H2-01)



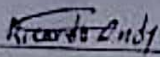
El objetivo de este cuestionario es identificar aquellas áreas temáticas que constituyen las necesidades de capacitación del puesto que desempeña.

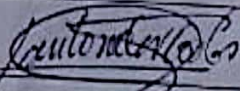
Datos del Colaborador:

Área:	Antigüedad en el puesto:
Operativa	6 meses
Nombre:	Puesto que desempeña:
Ricardo Andy	Motorista

- Mencione cuáles son las actividades que cubre con mayor facilidad y cuáles en las que tiene algunas dificultades en su puesto.
Conducir la canoa, facilidad de palabra, sociable, ordenado y aseado
No tiene ninguna dificultad en su puesto
- Mencione como evalúa su desarrollo personal en la organización:
De buena manera sociable y respetuoso
- ¿Qué áreas necesita fortalecer a nivel personal para poder cumplir de una mejor forma con los objetivos y tareas asignadas?
Dominar otro idioma como el inglés
- ¿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 básica en el idioma inglés

Observaciones, comentarios, sugerencias:


Nombre y firma del titular del Puesto


Nombre y firma del Jefe Inmediato



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:

Administrativa-Operativa

Antigüedad en el puesto

4 años

Nombre:

Carlos Santander

Puesto que desempeña:

Gerente-Guia

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

Las de mejor operación turística, dificultad en: contabilidad y promoción a través de las redes sociales

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

De buena manera sociable y respetuoso

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

Conocimientos especializados (aviturismo)

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.


Capacitaciones en aviturismo, contabilidad y conocimientos básicos en marketing y redes sociales

Observaciones, comentarios, sugerencias


Nombre y firma del titular del Puesto

Nombre y firma del Jefe inmediato

Anexo 26. F-H4.01 Segmentación del Mercado



Segmentación del Mercado (F-H4-01)



SEGMENTOS
Listar de acuerdo al grado de importancia

POR VARIABLE PROCEDENCIA:

a	Internacionales
b	Nacionales
c	Locales

➔

➔

➔

NICHOS
Listar de acuerdo al grado de importancia

1	Naturaleza
2	Cultura
3	Deportes de aventura

1	Feriados
2	Fines de semana
3	Conferencias, eventos deportivos y culturales.


1	Días festivos locales
2	Fines de semana
3	Jovenes

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. F-H4-02 Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado



Análisis de Necesidades del Nicho Seleccionado (F-H4-02)



Listar en Orden de Importancia				
Nicho	1º Que	2º Que	3º Que	4º Que
a1= Vacaciones y Estacionalidad del año	Información turística y un precio justo.	Naturaleza	Aventura	Culturales
a3=Feriados, Fines de semana y Conferencias y eventos deportivos y culturales.	Transporte fluvial	Cultural	Naturaleza	Aventura



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 28. F-H4-04 Encuesta de Satisfacción

	Gestión de Reclamos y Quejas (F-H5-01)	
Fecha: 07/06/2011	Área de la empresa: Operación	Formulario N°
Agradecemos nos describa la situación		
Asiento de la canoa dorada		
Datos del cliente		
Nombre y apellido: Rick Anderson		
Teléfono:		
E-mail:		
Dirección/Código Postal:		
PARA USO DEL PERSONAL		
Nombre del empleado: Ricardo Muñoz		
Puesto: Motonista		
Observaciones:		
Derivado a:		
FIRMA DEL EMPLEADO: <i>Ricardo Muñoz</i>	FIRMA DEL SUPERIOR: <i>[Firma]</i>	
SEGUIMIENTO		
Responsable:		
Acción: Compra de cojines para los asientos de la canoa		
Plazo: 2 meses		
Fecha actual: 07/06/2011		
FIRMA: <i>[Firma]</i>		

Anexo 29. F-H4-03 Traducción de las Necesidades del Cliente



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




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

Nichos: Internacionales				
Especificaciones de Diseño "COMOs"		1º Como	2º Como	3º Como
Necesidades del Cliente. "QUEs"	1º Que Información turística y precio justo	Posicionarse en redes sociales	Facilitar la información por medio físico y digital	Adecuar y promocionar la página web de Runawa Tours
	2º Que Naturaleza	Recursos naturales	Áreas protegida	Actividades de reforestación
	3º Que Aventura	Recursos naturales	Personal capacitado	Equipos de seguridad confiables
	4º Que Culturales	Identidad cultural	Turismo vivencial comunitario	Tradiciones culinarias y shamanismo.


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

Anexo 30. F-H4-05 Evaluación Competitiva



Evaluación Competitiva

(F-T4-05)




Aspectos valorados por el cliente (Colocar en Orden de Importancia)	A Importancia relativa para el cliente					B Qué tan bien cubrimos el aspecto valorado por el cliente					Evaluación de la competencia			
											Multiplique A x B			
	1	2	3	4	5	Calificación	1	2	3	4	5	Nosotros	Comp. A	Comp. B
Primer Aspecto														
Calidad en el servicio					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A			x				15	
						Competidor B				x				20
Segundo Aspecto														
Ubicación					x	Nosotros					x	25		
						Competidor A			x				15	
						Competidor B			x					15
Tercer Aspecto														
Accesibilidad						Nosotros					x	25		
					x	Competidor A				x			20	
						Competidor B			x					15
Cuarto Aspecto														
Responsabilidad social						Nosotros					x	20		
				x		Competidor A			x				15	
						Competidor B				x				15
Quinto Aspecto														
Respuesta rápida en medios de comunicación						Nosotros		x				10		
				x		Competidor A				x			20	
						Competidor B					x			20
Para mejorar, hay que considerar donde enfocar los esfuerzos en función de A y B														
Suma 105 85 85														


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. F-H4-06 Definición de Valor Agregado





Definición de Valor Agregado (F-H4-06)





Considerar	Redactar cuáles serán los aspectos diferenciales del servicio ofrecido en cada ítem
Calidad	Implementación del SIGO, en Runawa Tours realizando una mejora continua, con el fin de elevar la calidad de servicios turísticos y su óptima comercialización.
Atención	Atendido por su propios dueños y personal altamente calificado Atención cálida, esmerada y personalizada.
Accesibilidad	La ubicación es de fácil acceso, se pueda llegar en carro o autobús.
Precio	Adecuada política de precios estos son accesibles y justos.
Resolución de Quejas	Tomamos las quejas como una oportunidad de mejorar, ofrecemos varias posibilidades de solución, permitiendo optar por la que el cliente considere más conveniente, prometer lo que se pueda cumplirse, somos realistas y honestos.
Otros	Realizamos tour de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes y tendencias del mercado, mantenemos estándares de calidad.

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


Anexo 32. F-H5-01 Gestión de Reclamos y Quejas

		Gestión de Reclamos y Quejas (F-H5-01)			
Fecha: 27/05/2019		Área de la empresa: Administración		Formulario N°	
Agradecemos nos describa la situación					
Neumáticos para el tubing con baja presión					
Datos del cliente					
Nombre y apellido: Muerkt Carlos					
Teléfono:					
E-mail:					
Dirección/Código Postal: Alemania C62422K4M					
PARA USO DEL PERSONAL					
Nombre del empleado: Carlos Santundo, y Ricardo Andy					
Puesto: Administrativo y Operativo					
Observaciones:					
Derivado a:					
FIRMA DEL EMPLEADO: <i>[Firma]</i>			FIRMA DEL SUPERIOR: <i>[Firma]</i>		
SEGUIMIENTO					
Responsable: Ricardo Andy					
Acción: Inflar a la presión correcta los tubos de los neumáticos					
Plazo: Dos días					
Fecha actual: 27/05/2019					
FIRMA: <i>[Firma]</i>					


Anexo 33. F-H7-01Análisis de Prioridades para la Estandarización.

<div>  <div> Análisis de Prioridades para la Estandarización (F-H7-01) </div>  </div>				
Análisis para el establecimiento de prioridades considerando la Frecuencia de Ocurrencia y el Impacto en Resultados				
Factores para establecer prioridades Se evalúan 2 factores que afectan los resultados de los procesos. Los de mayor calificación deben ser estandarizados primero	Frecuencia - Raro (1) Ocasional (2) Frecuente (3)	Impacto en Resultados - Bajo (1) Medio (2) Alto (3)	Calificación - Multiplicación de los 2 factores	Acciones a emprender Los procesos o actividades que tengan una calificación alta, son candidatos para ser estandarizados a través de las siguientes acciones:
Elementos Analizados Procesos o actividades del negocio				
1. Ventas	2	3	6	Abrir nuevos canales de distribución
2. Infraestructura	1	3	3	Realizar un plan de mejoras
3. Estructuración de paquetes	2	3	6	Coordinar y realizar los paquetes turísticos.
4. Alianzas estratégicas	3	3	9	Ampliar la difusión de los servicios ofrecidos.
5. Uso de las TICS	3	3	9	Utilizar la tecnología para facilitar la promoción y difusión de los servicios ofertados.
6.				

Anexo 34. F-H7-02 Procedimiento Operativo



Procedimiento Operativo (F-H7-02)



PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Área de la Empresa: Administrativa y operativa.		
Actividad del Proceso: Dirección de la empresa	Procedimiento: Administrativa y operativa	
Elaboró: Henry Chavez	Aprobó: Carlos Santander	Firma:
Colaborador o Equipo Auto Gestionado responsable del Procedimiento: Henry Chavez	Fecha: 25/07/2019	Versión:

Descripción de la actividad:
 Dirigir la empresa, tomar decisiones, ser un líder y coordinar las actividades a realizar dentro de un paquete turístico, también como ejecutarlas.

Objetivo del Procedimiento:
 Planifica los objetivos de la empresa a corto y a largo plazo, además se encarga de realizar alianzas estratégicas para expandir su negocio y tener una mejor rentabilidad.

Registros de revisiones efectuadas a este documento:
 Actualización de documento en reunión el 27/07/2019

Procedimiento:

Datos que tienen que ser recolectados a lo largo del proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Cuantos colaboradores tiene a su cargo • Identifica la misión, visión y objetivos de la empresa • Ejecuta sus propios paquetes turísticos
Quién hace la actividad	El administrador y operador turístico
Qué y cómo se hace la actividad	Organiza a sus colaboradores y plantea sus objetivos actuales y a futuro; como también de las funciones y cargos que tiene cada colaborador.
Cuándo se hace la actividad	Se pone en práctica diariamente
Dónde se realiza la actividad	Dentro de las oficinas y fuera donde se realizan los paquetes turísticos.

Anexo 35. F-H9-02 Creación de Matriz FODA




Creación de Matriz FODA

(F-H9-02)




MATRIZ FODA		
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
INTERNAS	GUIAS LOCALES Y PERSONAL CAPACITADO	CAPACITACIONES POR PARTE DEL MINISTERIO DE TURISMO
	UBICACIÓN ESTRATEGICA DEL LOCAL EN PLENO PARQUE PARROQUIAL DE MISAHUALI	VARIEDAD DE SERVICIOS TURISTICOS
	TRAYECTORIA EMPRESARIAL BUENA RELACIÓN PRECIO Y PRODUCTO	ENTORNO NATURAL Y RIQUEZA CULTURAL
	SE CUMPLE LO QUE SE PROMETE	ALIANZAS ESTRATEGICAS CONTAMOS CON LA ACEPTACIÓN DE CLIENTES A NIVEL PROVINCIAL E INTERNACIONAL.
	DEBILIDADES	AMENAZAS
	DEFICIENCIA DE MARCA EMPRESARIAL POCO CONOCIMIENTO DE MANEJO REDES SOCIALES Y MARKETING DIGITAL PERSONAL TEMPORAL MAS NO PERMANENTE	COMPETENCIA DESLEAL CARENCIA DE BASE LEGAL PARA SANCIONAR LA ILEGALIDAD PRESENCIA DE DESASTRES NATURALES
		EXTERNAS

Anexo 36. F-H9-01 Política Básica: Misión, Visión y Valores



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?
UNA TOUR OPERADORA

¿Quién es nuestro cliente y donde está?
NUESTROS CLIENTES SON TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE BUSCAN SALIR DE LA RUTINA Y QUE BUSCA VIAJAR

¿Qué es considerado de valor por el cliente? ¿Cómo agregamos valor para el cliente?
EL CLIENTE VALORA LA BUENA ATENCIÓN, LA SEGURIDAD Y VERACIDAD AL MOMENTO DE COMPRAR UN PRODUCTO

AGREGAMOS VALOR AL CLIENTE CUANDO NUESTRO SERVICIO SE HACE PERSONALIZADO

¿Cuál es la razón de ser de nuestra empresa?
SERVICIO ORGANIZADO CON RESPONSABILIDAD Y SEGURIDAD

El enunciado de misión debe ser corto, preciso, contundente

Misión: Ofrecer servicios personalizados con calidad y confiabilidad basados en el conocimiento científico y tradicional.

2. Defina la Visión de su negocio considerando las siguientes preguntas:

¿Cómo ve a su organización dentro de unos años, 3 a 5 años?
LIDERES EN EL MERCADO PROVINCIAL Y NACIONAL

¿Qué logros importantes espera tener en este periodo?
INCREMENTO EN VENTAS CONSIDERABLEMENTE Y CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO DE LOS SITIOS Y COMUNIDADES QUE VISITAN

¿Qué tipo de retos provocarían un esfuerzo colectivo de todos?
LA DEMANDA DE CLIENTES

El enunciado de Visión, debe ser concreto, y representar una Macro Meta que tenga el poder de inspirar al equipo

Visión: Convertimos en una gran Tour Operadora de ETNO-ECOTURISMO fomentando la conservación y reforestación de los bosques así como la difusión de las tradiciones culturales amazónicas.

3. Defina los Valores del negocio considerando las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los principios que los líderes consideran esenciales?
CUMPLIR LO QUE SE PROMETE Y SUPERAR LAS EXPECTATIVA DE LOS TURISTAS

¿Qué es lo más valorado dentro del quehacer cotidiano de la empresa?
LA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Qué debe ser respetado dentro de la organización en el camino de lograr la visión y misión de la empresa?
CUMPLIMIENTO DE LOS SERVICIOS

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 trabajan otros u otras.
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 conquista, contribuir, entrar a formar parte de un todo.
Participación: Intervención de los miembros de un grupo, empresa, en la gestión de la misma con poder decisorio.
Responsabilidad: Capacidad u obligación de responder de los actos propios, y en algunos casos de los ajenos.
Sinceridad: Veracidad, modo de expresarse libre sin fingimiento.

El enunciado de los valores limitan y orientan el comportamiento de las personas y deben ser descritos claramente

Valores:
Ético
Puntualidad

Anexo 37. FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Capacitación del SIGO (Sistema Inicial de Gestión Organizacional)
Por parte del Ing. Franklin Tipán técnico capacitado del SIGO.



Fotografía 2. Entrega de folleto SIGO elaborado por el Sr. Henry Chávez al propietario de la Tour Operadora Runawa Tours y además con los certificados otorgados por el Ministerio de Turismo y el Instituto Superior Tecnológico Tena







Fotografía 3. Entrega de certificados por la culminación del programa Sistema Inicial De Gestión Organizacional (SIGO).



Anexo 38. Creación de logo



Anexo 39. Registro Fotográfico de Cambios Físicos

ACCIONES CORRECTIVAS	ANEXOS
ANTES	DESPUES
INSTALACION	
Fotografía 1: limpieza y remodelación de la puerta que conectaba al restaurante.	
	
	

BODEGA	
Fotografía 2: compra de chalecos	
	
LOGOTIPO	
Fotografía 4. Diseño y Cambio del logotipo	
	
PAQUETES TURISTICOS	
Fotografía 5. Diseño antiguo de paquetes turísticos al modo actual de como se maneja	

111.

Tour Día 2

Opción 1: Selva - Arroyo - Lago

Ruta

Ruta Misahuallí - Jirón Socha

08:00 Transfer Misahuallí - Jirón Socha

08:15 Comenzamos la actividad por la queprimera: de plan los maderales, etc, cuando estamos maderales, después cuando llegamos al lago y bajamos a la orilla del lago.

12:00 Almuerzo en Misahuallí

14:05 Comenzamos la actividad por la queprimera: de plan los maderales, etc, cuando estamos maderales, después cuando llegamos al lago y bajamos a la orilla del lago.

15:30 Paseo nocturno en selva

20:00 Agua - Por pedaje

Día 2

7:00 Desayuno

8:15 Interacción cultural con los comuneros: elaboración de platos de yuca, yuca tradicional como porosa, elaboración de platos para recolección de frutos, elaboración de la temporada.

12:30 Almorzar en Misahuallí

13:30 Interacción cultural con los comuneros: elaboración de platos de yuca, yuca tradicional como porosa, elaboración de platos para recolección de frutos, elaboración de la temporada.

17:30 Retorno en canoa a Misahuallí

18:00 Retorno a Pto. Misahuallí

RUINAWA TOURS

JUNGLE RIVERS + CULTURAL TOURS

Tour diario - Opción #1

"ORO - BOSQUE - TUBING - COMUNIDAD"

Navegación en canoa motorizada por el Río Napo observando el paisaje amazónico y aves migratorias de temporada, parada para observación y práctica tradicional amazónica del lavado de oro.

Caminata interpretativa por el bosque observando flora, fauna, laguna rica en avifauna, un árbol gigante de ceibo.

Descenso en boyas "tubing" aproximadamente 45 minutos en el Río Napo.

Almuerzo

Convivencia cultural en la Comunidad Indígena Kachiwafuska para observación de procesos ancestrales en la elaboración de potería y cuerdas vegetales, degustación de la guayusa, mercado de artesanías y joyería amazónicas.

Visita al Centro de Rescate de Animales Amazónicos y mirar de cerca algunas especies de fauna local (Tapir, Papagayos, Sabinos y diferentes especies de monos).

Visita de observación a "Laguna Caimán"

Retorno en canoa motorizada a Puerto Misahuallí.

Incluye:

Servicio de transporte fluvial, guía, alimentación (Almuerzo), agua pura, equipos (chalecos salvavidas, botas, boyas) y entradas a los diferentes sitios turísticos.

TIEMPO: 8:45 am - 6:35 pm

FULL DAY TOUR NAVEGABLE RIO NAPO Y ARAJUNO <i>Disfruta la Ruta !</i>							
Día	Hora	Actividad	Tiempo x Actividad	Detalle de Actividades	Costo *1 pax	Costo *5 pax	Observaciones
Día 1	8:45 AM	Registro de los turistas, selección de equipos (botas de goma y chalecos salvavidas)	0:15		168,00 \$	280,00 \$	
	9:00 AM	Inducción de seguridad previa al abordaje de la embarcación	0:10	Entrega y uso del chaleco salvavidas. Explicaciones de seguridad fluvial			
	9:10 AM	Inicio de la navegación en el majestuoso Río Napo Transfer fluvial puerto Misahuallí a Lavadero de oro	0:30				
	9:40 AM	Visita al lavadero de oro empleando técnicas artesanales tradicionales	0:30	1. Demostración del proceso tradicional de lavado de oro por parte de familias riverenías. 2. Explicación del proceso por parte del guía. 3. Fotografías.			
	10:10 AM	Transfer fluvial Lavadero de oro a Reserva Biológica "Jatun Sacha".	0:05				
	10:15 AM	Reserva Biológica "Jatun Sacha".	2:00	1. Explicación de normativas dentro de la reserva 2. Caminata interpretativa por el bosque 3. Observar y fotografiar el bosque primario, además la visita al Ceibo gigante y un meandro rico en avifauna (hoatzines)			
	12:15 PM	Transfer fluvial Reserva Biológica "Jatun Sacha" a Comunidad Kachi Wuñuska	0:10	Navegación en canoa motorizada Degustación de frutas tropicales			
	12:25 PM	Comunidad Kichwa Kachiwuñuska	0:45	1. Degustación del Té de Guayusa 2. Observación a los procesos tradicionales de obtención de fibra pita y cerámica ancestrales 3.Visita a la tienda de artesanías de la comunidad.			
	1:10 PM	Transfer fluvial de comunidad al lugar del almuerzo	0:20				
	1:30 PM	Almuerzo	0:45				
	2:15 PM	Transfer fluvial al centro de rescate animal AMAZOONICO	0:20				
	2:35 PM	Visita al centro de rescate de animales AMAZOONICO	1:30	1. Explicación de las actividades del centro de rescate. 2. Caminata de observación y tomas fotograficas a las especies de animales amazonicos			
	4:05 PM	Tranfer fluvial desde centro de rescate de animales AMAZOONICO a la laguna de caimanes	0:05				
	4:10 PM	Visita a la laguna de caimanes	0:40	1. Caminata hasta la laguna 2. Observación y tomas fotograficas a los caimanes en su habitat			
	4:50 PM	Transfer de la laguna de caimanes a puerto Misahuallí	1:15				
	6:35 PM	Llegada a puerto Misahuallí y finalización del Full day					