



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN DE MEJORA EN EL DEPARTAMENTO DE OPERACIONES DE
LA EMPRESA ANDEAN TRAVEL COMPANY EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

AUTORA: Rosario Isabel Pérez Patiño

**TUTORA: Mg. Nora Bain Anaya Luna
TUTOR TÉCNICO: Dr. Juan Alberto Toro Álava:. MBA**

QUITO- ECUADOR

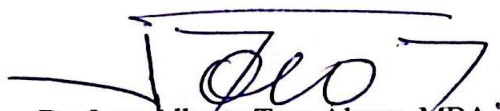
AÑO: 2019

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor Técnico del proyecto:

Plan de Mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company en el Distrito Metropolitano de Quito, presentado por la Srta. Rosario Isabel Pérez Patiño con C.I. 172261336-9 para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

En la ciudad de Quito, a los 22 días del mes de agosto del 2019



Dr. Juan Alberto Toro Alava.. MBA
C.C.: 1802692036

Declaración de autenticidad

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Rosario Pérez

Rosario Isabel Pérez Patiño
C.I. 1722613369

Hoy por hoy es un día

Dedicatoria

El presente trabajo dedico con todo mi amor y respecto a Dios, por darme la fuerza y valor diario, por mantenerme en pie y poder luchar, a mis padres por darme su apoyo y ejemplo incondicional y a mis hermanos (as) por su motivación e inspiracion en todo momento para poder alcanzar este objetivo.

Rosario Isabel

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por estar presente en mi vida en cada segundo, a la Prestigiosa Universidad Israel por acogerme y haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio y brindarme sus conocimientos, que han iluminado mi mente, a mis tutores, Dr. Juan Alberto Toro Álava y Mg. Nora Bain Anaya Luna, que hicieron posible la elaboración de este proyecto.

Rosario Isabel

Plan de mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company en el Distrito Metropolitano de Quito

Resumen

La presente investigación planteó realiza un plan de mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company en el Distrito Metropolitano de Quito, permitiendo optimizar recursos e incrementar la rentabilidad y clientela, se sustentará en encuestas realizadas al departamento de ventas, a los pasajeros, agencias y proveedores, de igual manera con entrevistas al departamento de operaciones, departamento de contabilidad, obteniendo un resultado que la mayoría de los consultados internos indicaron que no están conformes con el servicio al cliente; la comunicación, que los procesos no se encuentran establecidos correctamente, la falta de inclusión en los procesos para mejora, lo que justifica el motivo de este estudio. El proyecto se realizará con el fin de establecer los niveles de satisfacción, mediante las encuestas y entrevistas, estas evaluaciones permitirán determinar los indicadores de atención y los puntos que presentan debilidades en la empresa, se propondrá un programa de estrategias de mejora adecuado. La comunicación interna, procesos bien definidos no están siendo tomados en cuenta, siendo estos muy importantes para el departamento de operaciones ya que de este depende la satisfacción y recomendación de los clientes para poder mantenerse en el mercado. Las actividades que se relacionan con

la optimización de recursos económicos, materiales y procesos eficaces se considera en la calidad del servicio que ofrece.

Palabras claves: Plan de mejora, proceso, administración, calidad y estructura.

Improvement plan in the operations department of the Andean Travel Company in the Metropolitan District of Quito

Abstract

The present investigation proposed an improvement plan in the operations department of the Andean Travel Company in the Metropolitan District of Quito, allowing to optimize resources and increase profitability and clientele, will be based on surveys made to the sales department, passengers, agencies and suppliers, in the same way with interviews to the operations department, accounting department, obtaining a result that most of the internal consulted indicated that they are not satisfied with the customer service; the communication, that the processes are not established correctly, the lack of inclusion in the processes for improvement, which justifies the reason for this study. The project will be carried out to establish the levels of satisfaction, through the encounters and interviews, these evaluations will allow determining the indicators of attention and the points that present weaknesses in the company, an adequate improvement strategies program will be proposed. Internal communication, well-defined processes are not being taken into account, these being very important for the operations department since this depends on the satisfaction and recommendation of customers to be able to stay in the market. The activities that are related to the optimization of economic resources, materials, and effective processes are considered

in the quality of the service offered

Key Words: Improvement Plan, process, administration, quality and structure.

Índice de contenidos

Certificación del Tutor.....	¡Error! Marcador no definido.
Certificación del Tutor.....	¡Error! Marcador no definido.
Declaración de autenticidad.....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
Índice de contenidos	ix
Índice de figuras	xii
Índice de tablas	xiv
Introducción.....	1
Situación problemática	1
Pregunta de investigación.....	3
Idea a defender.....	3
Objetivo general	4
Objetivos específicos.....	4
Justificación	4
CAPÍTULO I.....	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 Contextualización espacio temporal del problema.....	6
1.2 Revisión de investigaciones previas sobre el plan de mejoramiento.....	8
1.3 Investigaciones previas.....	8
1.4 Cuerpo teórico-conceptual.....	10
Plan de mejora	10

Eficiencia	11
Eficacia	11
Trabajo en Equipo	11
SERVQUAL.....	12
FO-DA.....	12
Encuesta.....	13
Capacitación y desarrollo	13
MARCO METODOLÓGICO	14
2.1 Enfoque metodológico de la investigación.....	14
2.2 Tipo de investigación	14
2.2.1 Investigación Descriptiva	14
2.2.2 De campo.....	14
2.3 Población, unidades de estudio y muestra.....	15
2.3.1 Población y Unidades de estudio.....	15
2.3.2 Muestra	15
2.4 Técnicas empleadas para la recolección de la información.....	17
2.4.1 Encuestas	17
2.4.2 Entrevistas	17
2.5 Análisis estadístico de las encuestas.....	17
2.6 Análisis de los aportes de los empleados a las entrevistas aplicadas.	40
2.6.1 Entrevista al Gerente	40
2.7 Análisis de los instrumentos aplicados.....	42
CAPÍTULO III	45
3.1 Introducción.....	45
3.2 Situación actual de la empresa Andean Travel Company	45
3.3 Filosofía Empresarial.....	46
3.3.1 Misión 46	
3.3.2 Evaluación de la misión.....	46
3.3.3 Propuesta de la misión.....	47
3.3.4 Visión 47	
3.3.5 Evaluación de la visión.....	48
3.3.6 Propuesta de la visión	49
3.3.7 Principios y valores de la empresa Andean Travel Company	49

3.3.8 Evaluación de valores	49
3.3.9 Propuesta de los principios y valores	50
3.3.10 Objetivos organizacionales	51
3.4 Análisis situacional	51
3.4.1. Beneficiarios	51
3.4.2 Ubicación de la empresa Andean Travel Company	51
3.4.2 Organigrama estructural	53
3.5 Evaluación de factores internos	54
3.6 Evaluación de factores externos	59
3.7 Análisis de la Matriz Interna y Externa (IE).....	60
3.8 FODA	61
3.8.1 Análisis FODA	61
3.8.2 Análisis FODA Cruzado.....	62
3.8.3 Estrategias del Plan de Mejora	64
3.8.4 Ficha de indicadores del plan de mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company	62
3.8.5 Descripción de las estrategias del plan de mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company en el Distrito Metropolitano de Quito	64
3.8.6 Presupuesto.....	81
Conclusiones.....	82
Recomendaciones	83
Referencias Bibliográficas.....	84

Índice de figuras

Figura 1: Procesos distribuidos correctamente.....	18
Figura 2: Conocimiento claro del proceso.....	18
Figura 3. Corrección de errores.	19
Figura 4. Servicio de calidad.	19
Figura 5. Deficiencia dentro del departamento	20
Figura 6. Mayores dificultades dentro de la empresa.....	20
Figura 7. Participación en los procesos.	21
Figura 8. Presentación de la propuesta de mejora.	21
Figura 9. Respuesta de su inmediato superior.	22
Figura 10. Reacción del departamento frente a la clientela.....	22
Figura 11. Comunicación con el departamento de Operaciones.	23
Figura 12. Problemas en las confirmaciones.	23
Figura 13. Dificultades con el Departamento de Operaciones.....	24
Figura 14. Valor al elegir una agencia de viajes.....	25
Figura 15. Calidad del servicio.....	25
Figura 16. Satisfacción del servicio.....	26
Figura 17. Conocimiento adecuado del personal.	26
Figura 18. Servicio en el itinerario.	27
Figura 19. Tipo de alojamiento.	27
Figura 20. Solución a quejas.....	28
Figura 21. Duración para solucionar quejas.	28
Figura 22. Inconvenientes en itinerario.	29
Figura 23. Atención del personal.....	29
Figura 24. Realización de otro viaje con la empresa.	30
Figura 25. Recomendación de la empresa.	30
Figura 26. Nivel de satisfacción del servicio recibido.....	31
Figura 27. Cumplimiento de expectativas.	31
Figura 28. Nivel de profesionalismo de los agentes.....	32
Figura 29. Calidad de atención recibida del viaje.	32
Figura 30. Evaluación del servicio recibido.	33
Figura 31. Facilidad de la navegación en página web.	33

Figura 32. Oferta de programas mediante la web.....	34
Figura 33. Recomendación de la empresa.	34
Figura 34. Elección de la empresa para otro viaje.....	35
Figura 35. Recomendación de la empresa con otras personas.	35
Figura 36. Quejas de pasajeros.	36
Figura 37. Cumplimiento de contrato.....	37
Figura 38. Manejo de reservaciones.	37
Figura 39. Manejo de reservaciones.	38
Figura 40. Servicios que ofrece ATC se adaptan a sus necesidades.	38
Figura 41. Calidad de trato que recibe.....	39
Figura 42. Conocimiento del personal de operaciones.....	39
Figura 43. Mapa de ubicación de la empresa Andean Travel Company.	52
Figura 44. Organigrama de la empresa Andean Travel Company.	53
Figura 45. Dirección de Marketing, Kotler Keller	57
Figura 46. Matriz Interna-Externa (IE).....	61

Índice de anexos

Anexos	86
Anexo 1 Encuesta realizada al Departamento de Ventas de la empresa Andean Travel Company.....	86
Anexo 2 Encuesta realizada a los pasajeros de la empresa Andean Travel Company	89
Anexo 3 Encuesta realizada a las agencias que compran servicios la empresa Andean Travel Company	92
Anexo 4 Encuesta realizada a los proveedores de la empresa Andean Travel Company ...	95
Anexo 5 Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company	96
Anexo 6 Entrevista realizada a directivos de la empresa Andean Travel Company	99
Anexo 7 Entrevista realizada al Departamento de Contabilidad de la empresa Andean Travel Company	101

Índice de tablas

Tabla 1 Población, unidades de estudio y muestra.....	15
Tabla 2 Evaluación de la misión.....	47
Tabla 3 Evaluación de la visión.....	48
Tabla 4 Matriz de determinación de los valores.....	50
Tabla 5 Matriz EFI	54
Tabla 6 Balanza Turística.....	56
Tabla 7 Llegada de extranjeros a Ecuador.....	56
Tabla 8 Matriz EFE	60
Tabla 9 Análisis FODA	62
Tabla 10 Análisis FODA cruzado	63

Introducción

Situación problemática

Andean Travel Company brinda servicios turísticos como tours a la medida y cruceros a turistas internacionales, los cuales son operados a nivel nacional dentro del continente y Galápagos de manera competitiva, amigable y sustentable con el medio ambiente, en donde genera puestos de trabajo a nivel nacional contribuyendo al desarrollo económico del país.

La operación del tour a la medida de pasajero se lo maneja de manera individual y personalizada con respecto a los requerimientos y presupuestos que lo solicita una cuenta, como son una agencia de viajes extranjera o un pasajero directo.

Para confirmar un tour de los servicios antes mencionados el proceso que se lleva a cabo es la solicitud enviada por parte de la agencia o un pasajero, el itinerario y a su vez se envía una cotización de todos los servicios, incluyendo las actividades y lugares a visitar. Una vez confirmada la reserva se requiere de un abono a través de una proforma de factura enviada para poder reservar o proceder a bloquear los servicios con los diferentes proveedores, como son transporte, guía, hoteles, cruceros, tours especializados, restaurantes, etc. A continuación el departamento de ventas envía el file al departamento de operaciones, en donde inicia el proceso de reserva, bloqueo o confirmación de los servicios acordados con los diferentes proveedores, con time limits establecidos durante cuales los bloqueos se mantienen activos, para poder reconfirmar todo el tour.

El departamento de operaciones de Andean Travel Company cuenta con 6 colaboradores quienes realizan las reservaciones, asignaciones y confirmaciones de todos los tours que ofrece la empresa.

Debido a la dinámica de la empresa y a constantes cambios, tanto como un crecimiento y incremento en volumen de trabajo no existen procesos determinados para

poder realizar todas estas actividades de manera clara y eficaz. Dentro del departamento operaciones y en sus interacciones con los departamentos de reservas y contabilidad, no están claras las responsabilidades y funciones de cada integrante, al momento no existe un equilibrio referente al volumen de trabajo de cada empleado. Esto genera retraso en la ejecución de los programas y a su vez a la confirmación final de los servicios para los clientes con pérdidas económicas causadas, por ejemplo por cambios de último minuto para corregir errores cometidos antes en el proceso.

En el proceso o distribución de las funciones que tienen el departamento en este momento, existe la persona que realiza reservas grupos pequeños de 1 hasta 4 pasajeros, en los diferentes hoteles, medios de transportes como lancha interislas en Galápagos, tren y restaurantes, el cual solo se enfoca en el área de la reserva, más no todos los servicios que tiene todo el tour confirmando.

La segunda persona realiza reservas de vuelos nacionales con mayor afluencia para Galápagos ya que la empresa en sí maneja el destino insular como el destino con mayor afluencia de personas, operando 5 cruceros.

La tercera persona realiza las reservas de grupos grandes, de 5 pasajeros en adelante, la misma persona es la encargada de revisar los detalles en los documentos finales para la entrega a los pasajeros, en cuales se incluyen el voucher general de servicio, de crucero, especies valoradas como tarjeta de control de tránsito para Galápagos, tickets bus para el transporte público de Baltra hacia el canal de Itabaca y tickets aéreos de las rutas nacionales.

La cuarta persona se encarga de la asignación de transporte y guía con anticipación de 15 días al mes siguiente en el área de land.

La quinta persona es la encargada de último minuto de todo el programa, asignación de Galápagos que incluye transporte y guía, manejo de grupos en series, emisión de patentes para las áreas protegidas que lo solicitan, documentos valorados para el ingreso a las islas que se denominan TCT (tarjeta de control de tránsito).

La sexta persona es la encargada de reconfirmar un día antes o empezando la semana todos los servicios que se van a operar, con todos los proveedores para asegurar, que la información final se encuentra acorde con la confirmación al cliente y con lo detallado para cada servicio. Esto genera que toda la información final se encuentre correcta y acorde a lo solicitado por el cliente, ya que diferentes personas manejan las reservas en diferentes fases del proceso, además semanalmente se involucra un miembro del equipo antes mencionado en el proceso, quien maneja un celular SOS de emergencia, para atender imprevistos durante el programa cuando los pasajeros se encuentran en Ecuador.

El hecho de que varias personas estén involucrados en el proceso de operaciones y sus intersecciones, sin que sus responsabilidades estén bien equilibradas y definidas, tomando en cuenta que el cargo de trabajo de cada uno varía entre los diferentes puestos, causa que ocurren fallas y errores en el mismo, cuales pueden resultar en retrasos, cancelaciones de servicios al último minuto, doble pago y en el peor de los casos reclamos por el lado de los clientes.

Pregunta de investigación

La carencia de procesos formales en el departamento de operaciones, equilibrio del cargo de trabajo y la falta de responsabilidades claramente definidas, genera retraso y pérdidas económicas hasta de clientes para la empresa.

Idea a defender

Mediante el plan de mejora de la empresa Andean Travel Company se permitirá optimizar recursos y minimizar riesgos de pérdida a través de procesos eficientes en el área de operaciones.

¿Cómo podemos mejorar los procesos operativos para que sean más estables, mitigando errores y pérdidas económicas para la empresa?

Objetivo general

Definir procesos internos y sobre todo interdepartamentales con la elaboración de un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

Objetivos específicos

- Sustentar teóricamente la elaboración de un plan de mejora de los procesos en el departamento de operaciones.
- Diagnosticar la causa por que Andean Travel Company no cuenta con un proceso claro y definido dentro del área de operaciones para realizar todo el proceso de reservas y confirmaciones.
- Proponer estrategias de mejora mediante cronograma de capacitación y motivación para el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company, para minimización de riesgos y errores con la debida recolección de datos e información.

Justificación

Dentro del departamento de operaciones existen 6 colaboradores en donde realizan las reservaciones, asignaciones y confirmaciones de todos los tours que ofrece la empresa, pero a la vez no existe un proceso determinado para poder realizar todas estas actividades de manera clara y eficaz, debido a cambios en las funciones y desequilibrio con respecto al volumen de trabajo en cada empleado, generando retraso al momento de enviar las confirmaciones finales de los servicios para los clientes y pérdidas económicas.

Para poder mitigar y reducir los errores frecuentes al momento de la operación de un tour, la atención en los detalles es muy importante y seguir la secuencia de los procesos, ya que a todos los proveedores se les debe enviar la información completa y actualizada.

Por el momento se sigue una secuencia en donde se asigna los servicios de transporte y guía 15 días antes de inicio del mes siguiente, lo cual ha generado muchos

inconvenientes, tarifas altas y en ocasiones no encontrar un proveedor que brinde un servicio de alta calidad.

El presupuesto de estos errores y tarifas altas en muchas de las ocasiones lo asume la empresa, generando multas y llamados de atención en los empleados, lo cual genera inestabilidad dentro del área de operaciones especialmente.

El objetivo con lo antes descrito es poder tener claro y en definición completa las funciones, trabajo equitativo y apoyo de todos los miembros, cuando exista temporada alta o cualquier otro inconveniente que perjudique al equipo y en sí al trabajo de todo el departamento.

Ayuda a la corrección de incidentes y a su vez beneficia principalmente a los empleados ya que el trabajo bien realizado ahorra: tiempo, dinero y estrés, de igual manera a la empresa ya que evita compensación para sus clientes y poder tener una mala calificación en redes sociales y recomendaciones inapropiadas para futuros turistas que desean conocer Ecuador, ocasionando que la empresa no sea una alternativa para poder comprar sus tour dentro del país.

Cada mes existe un promedio de compensación o devolución por servicios a los pasajeros que de 4 programas, ya sea en temporada baja, independiente del tipo de servicio, sienten este un transfer debido a que el guía o transporte asignado no llega o tiene la información inadecuada, como cambio de vuelo, nombre de hotel diferente, etc.

En los diferentes hoteles, la acomodación no es la correcta, como lo solicitó el pasajero, esto sucede por modificaciones en el proceso de confirmación y reservación, que no se envió al proveedor o en ocasiones por el personal del hotel no actualizó esta información.

Esto genera que existan quejas, la persona de customer service que es la encargada de resolver el cómo, por qué sucedió y dar solución inmediata, la cual recurre en una compensación, devolución del dinero por el servicio no dado, que lo asume directamente la empresa, disminuyendo la utilidad del file.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Contextualización espacio temporal del problema

Las empresas o agencias de viajes dedicadas a la operación turística a nivel mundial actúan en su mayoría como distribuidores de servicios turísticos y recurren a la contratación de servicios locales, es decir en los destinos finales a los dueños directos de las empresas operacionales, cuales ejecutan los programas confirmados en cada destino.

De esta manera se obtiene un servicio más comprometido por expertos locales dedicados al negocio de la operación turística, para poder brindar en conjunto un viaje placentero, seguro y original a la agencia extranjera y al cliente final, siendo el grupo de pasajeros, quienes buscan conocer un determinado lugar por sus características únicas y poder disfrutar de la calidad por la cual están pagando.

Tomando en cuenta que los turistas invierten montos considerables de dinero, sus ahorros y su tiempo en el servicio y confían en los proveedores que cumplan lo acordado bajo las normas de seguridad y calidad, es muy importante entregar un servicio impecable, un viaje de placer, aprendizaje o descanso.

En Ecuador existen agencias de viajes de turismo receptivo o emisivo que se encargan de brindar programas con todos los servicios, a pasajeros que se encuentran programando sus vacaciones y desean conocer un nuevo destino. Agencias emisoras son las cuales ofrecen servicios y programas turísticos a clientes nacionales que buscan viajar fuera del Ecuador.

En esta investigación el enfoque se encuentra en el turismo receptivo, es decir en la operación nacional de paquetes para turistas extranjeros, de lo cual forma parte la empresa Andean Travel Company ubicada en la ciudad de Quito.

Ecuador se encuentra en la mitad del mundo y tiene una de las maravillas que son las Islas Galápagos, un archipiélago en el océano Pacífico, conocido por su historia natural y su vida silvestre única, terrestre y marina, contando con especies raras, hasta endémicas en el lugar.

En la ciudad de Quito se encuentran la mayoría de agencias de viajes a nivel nacional, que se dedican al negocio de turismo receptivo con alta demanda, para por conocer las riquezas naturales y culturales entre otras, que posee el Ecuador.

La empresa Andean Travel Company es una agencia de viaje familiar, la cual se encuentra en el mercado aproximadamente desde hace 18 años en la ciudad de Quito, ofreciendo servicios de tour en todo el país y en las islas Galápagos, a clientes a nivel mundial. El área de ventas cuenta con agentes de cuenta especializados y con el conocimiento apropiado para poder brindar una asesoría correcta en los idiomas principales de la clientela siendo el inglés, alemán, francés, holandés e italiano.

De esta manera se brinda a la agencia emisiva del extranjero como cliente y al turista la persona que recibe el servicio personalizado en su idioma natal, y por lo tanto confía y tiene seguridad por lo que está pagando. Recibe información adecuada y correcta para poder viajar a su destino. Tomando en cuenta que entre la mayoría de los clientes finales y Andean Travel Company existen agencias de viajes internacional, quienes transmiten toda la información solicitada por el pasajero, en sus fases del proceso que son; cotización, bloqueo con abono, confirmación, pago total y ejecución del programa.

El servicio en el idioma natal del cliente brinda seguridad y comodidad para que puedan tomar una decisión con más facilidad. Lo mencionado es, aparte del precio, un punto clave para la confirmación de un programa para fechas próximas o futuras.

1.2 Revisión de investigaciones previas sobre el plan de mejoramiento

Los métodos aplicados en las investigaciones revisadas son el método analítico, el cual permitió realizar un análisis partiendo de la descomposición de las partes del proceso para observar las causas, la naturaleza y sus efectos.

Otro método utilizado es el de síntesis, con el propósito de identificar información relevante para conocer de manera más profunda la realidad que debe enfrentar durante el proceso operacional y simplificar su descripción.

El último método utilizado es el deductivo, como estrategia de razonamiento para llegar a determinar conclusiones lógicas partiendo de lo general de una serie de principios o leyes a lo particular como hechos o fenómenos.

De acuerdo a la revisión efectuada sobre la mejora de procesos se toma en cuenta que es una alternativa de solución para el debido funcionamiento, optimización de tiempo y recursos, por lo que se podrá tener un rendimiento oportuno para el manejo dentro de la empresa.

1.3 Investigaciones previas

Con relación al tema de estudio y dentro de la búsqueda que se ha realizado, se han encontrado cuatro tesis relacionadas al mejoramiento de procesos que se detallan a continuación:

Según el trabajo de grado de Carlos Andrés Guzmán Angulo y Erika Alexandra Herrera Cruz titulado “Estudio de la situación de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “el tren de la libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí” desarrollada en el año 2014, sostiene que:

El objetivo de la investigación es: analizar la situación de la oferta y demanda turística de la ruta ferroviaria “El Tren de la Libertad” de los cantones Ibarra y Urcuquí.

Permitirá satisfacer las expectativas del cliente, lo conllevará a atraer a más turistas a la adquisición del servicio, ya que se prestará un servicio y atención al cliente personalizada además se proporcionaran novedosos productos, además permitirá dar a conocer a la cultura a través de artesanías propias del lugar. La Parroquia de Salinas es el objetivo final del trayecto, por lo tanto se aprovechará, dando a conocer con profundidad la historia y tradiciones de la empresa como de los lugares turísticos del Norte del país, pues la finalidad principal es promocionar con énfasis la cultura patrimonial del 247 ferrocarril y de la parroquia.

“La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.” (Guzmán Angulo & Herrera Cruz , 2014, pág. 17).

El servicio es lo más importante para Andean Travel Company ya que de esto depende mantenerse en el mercado, basado en la operación que se da desde el inicio al final del tour, que todo se encuentra programado correctamente.

En la tesis de Daniela Gomez, Teresa Tobar y Germán Toapanta, titulada “Diseño de un plan de mejoramiento turístico hacia el aprovechamiento de los recursos naturales y sociales de la comunidad de Toggla-parroquia Guangopolo, desarrollada en el año 2015, indica que:

“Debilidades. Son factores que nos provocan puntos desfavorables frente a la competencia, estas debilidades pueden ser controladas y mejoradas por la empresa, ya que son factores internos que pueden ser superados.” (Gomez , Tobar, & Toapanta, 2015, pág. 31)

Los errores se los debe mitigar directamente con procesos bien establecidos y definidos por tal motivo se debe trabajar en equipo y a sus vez analizados por el área administrativa para que se puedan controlar de una manera rápida y que no se pueda llegar a pérdidas económicas.

Ana Anrango en su tesis titulada “Plan de mejora en la aplicación de los procesos existentes para el servicio al cliente, en el área de front desk/recepción del hotel Wyndham Guayaquil del año 2017, menciona:

“La falta de cumplimiento de los manuales de procesos de calidad existentes en el hotel, han evidenciado notorias falencias en la operación en el área de Recepción o Front Desk, es por esto, que nace la necesidad de la implementación de un plan de mejora de calidad que especifique el correcto funcionamiento de los procesos actuales y que garantice el cumplimiento de los mismos, aportando al mejoramiento de los procesos en los sistemas de calidad con los que cuenta el hotel en la actualidad.” (Ramírez, 2017, pág. 23)

Establecer claros y buenos procesos son el resultado de un servicio de calidad y clientes satisfechos, es lo que requiere Andean Travel Company para no tener que recurrir con frecuencia a compensaciones a los clientes o quejas que llevan a que no se llegue a recomendar viajar con esta empresa para poder visitar Ecuador como destino o cambiar de empresa.

1.4 Cuerpo teórico-conceptual

Plan de mejora

Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento, el rendimiento educativo en nuestro caso. Pueden ser de muchos tipos: organizativas, curriculares, etc. En concreto, en nuestro caso las medidas del plan deben tener como objetivo la mejora del rendimiento del alumnado y la disminución del fracaso escolar a la par que se mejora en excelencia. El mejor desarrollo de las competencias escolares deberá ser el eje de cualquier mejora. Las medidas de mejora deben ser sistemáticas, no improvisadas ni aleatorias. Deben planificarse cuidadosamente, llevarse a la práctica y constatar sus efectos. Un plan de mejora de la enseñanza debe redundar en una mejora constatada del nivel de aprendizaje de los alumnos. (educacion.navarra, 2008)

Eficiencia

Hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas y organizaciones, debido a que en la práctica todo lo que hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas. (Thompson, 2008, pág. 1)

Eficacia

Medida de la pertinencia de las metas que los gerentes decidieron que persiguiera la organización y del grado en que esa organización alcanza tales meta. Las organizaciones son eficaces cuando los gerentes escogen metas apropiadas y las consiguen. (Garza, 2019, pág. 1)

Procesos

Un proceso es una secuencia de actividades que uno o varios sistemas desarrollan para hacer llegar una determinada salida (output) a un usuario, a partir de la utilización de determinados recursos (entradas/input). (Pepper, 2011)

Calidad

Búsqueda permanente de la perfección en el servicio, en el producto y en los seres humanos. Para ello se necesita de la participación, la responsabilidad, la perfección y el espíritu del servicio. (Aldana, y otros, 2011)

Trabajo en Equipo

Aporte y cooperación que hacen las personas desde su experiencia, conocimiento, formación y personalidad, que van a influir en las decisiones y en el alcance de los objetivos y metas de la organización, propendiendo por el bien común. El efecto que se debe producir es la sinergia. El trabajo en equipo se relaciona de manera directa con la disposición natural del hombre a su convivencia de los demás para una sociedad justa y equitativa. (Aldana, y otros, 2011)
(Vargas Martha, Aldana Luzángela, 2014).

SERVQUAL

Es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio. (Matsumoto Nishizawa, 2014)

FO-DA

El análisis FODA o también conocido como SWOT por sus siglas en inglés, se trata del estudio tanto de los puntos fuertes y débiles de la empresa como los puntos de entorno. A través de este análisis se puede determinar los factores que favorecen o que serán un obstáculo para la consecución de objetivos. Permite además explotar los factores positivos y eliminar o neutralizar los negativos (Martín, 2019)

Matriz EFE y EFI

Son herramientas que permiten realizar una auditoría de las fortalezas internas y externas, Según (Sociedad de marketing internacional, 2015):

Permite analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto; dentro del instrumento nos permite evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes en cada área y así formular las estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos y externos. Se procede atribuir una calificación a cada uno, la cual se divide en cuatro valores entre 1 y 4 a cada uno de los factores, a efecto de indicar si el factor representa una

Debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación =3) o una fuerza mayor (calificación = 4). Así, las calificaciones se refieren a la compañía, mientras que los pesos del paso 2 se refieren a la industria.

Cliente

Es una persona física o jurídica que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de un dinero u otro tipo de retribución. (debitoor.es, 2019)

Encuesta

Se denomina una técnica de recogida de datos para la investigación social. La palabra proviene del francés enquête, que significa "investigación". (Significados.com, 2017)

Fue necesario realizar encuestas sobre las posibles problemáticas que existen en las distintas áreas de "Andean Travel Company".

Entrevista

Es un instrumento de investigación social para aplicar encuestas donde se tiene acceso directo a los individuos que forman parte de la población estudiada. (Significados.com, 2017)

Restricción Alimentaria

El trastorno por evitación/restricción de la ingesta de alimentos se caracteriza por ingerir muy poca cantidad de alimento y/o evitar el consumo de ciertos alimentos. (Evelyn Attia, 2014)

Capacitación y desarrollo

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. (Macias, 2016, pág. 2)

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque metodológico de la investigación

Este estudio pretende desarrollar un plan de mejora para poder mitigar errores y brindar un servicio de calidad en el área turística, así como identificar las falencias y a partir de las oportunidades de mejoramiento poder tener clientes satisfechos.

Se enfoca en el método cualitativo y cuantitativo, es decir mixto ya que se utilizará fortaleza, para poder minimizar las debilidades, mediante el enfoque cuantitativo permitirá evaluar el mercado, tanto como el comportamiento de los huéspedes y de las personas que laboran en los establecimientos ya que son los responsables de ofertar y dar un buen servicio; mientras que el enfoque cualitativo permitirá conocer el criterio de los miembros de la empresa, como son los directivos y empleados de los departamentos de operaciones, ventas y contabilidad en donde se reconocerá los problemas.

2.2 Tipo de investigación

El presente trabajo es un trabajo investigativo en el cual se aplicará dos tipos de investigación para el diagnóstico del problema, las cuales están detalladas a continuación para mejor comprensión.

2.2.1 Investigación Descriptiva

El presente estudio de esta agencia operadora que se encuentra en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual permitirá conocer las causas y efectos del porqué existe disminución de turistas, en este caso la población de la cual se recolectará los datos son los clientes internos y externos de la empresa, mediante la información proporcionada se realizará estrategias que permitan su mejora.

2.2.2 De campo

La investigación de campo permitirá obtener datos de forma cuantitativa y cualitativa, aplicando técnicas de recolección que sean dirigidas a directivos, a funcionarios

de los departamentos de operación, de ventas y de contabilidad, de igual manera se aplicará a pasajeros, agencias y proveedores operadoras, dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3 Población, unidades de estudio y muestra

2.3.1 Población y Unidades de estudio

Tabla 1

Población, unidades de estudio y muestra

	POBLACIÓN	APLICACIÓN METODOLÓGICA		HERRAMIENTA METODOLÓGICA	
		Universo	Muestra	Entrevista	Encuesta
1	Directivos	1		1	
2	Departamento de Operaciones	6		6	
3	Departamento de Ventas	12	10		10
4	Departamento de Contabilidad	4		4	
5	Pasajeros	65	25		25
6	Agencias	143	58		58
7	Proveedores	62	24		24
	Total	293	117	11	117

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

2.3.2 Muestra

Para el presente estudio se aplicará la fórmula de la muestra finita para poder las encuestas, de las 4 unidades de estudio, como se lo describe:

Variables de la fórmula finita

N = Población

Z = Nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Error

n = Muestra

N=12

$$Z=90\%$$

$$\text{Desviación}=1,65$$

$$p=0,5$$

$$q=0,5$$

$$e=10\%$$

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

Determinación de la muestra de las unidades de estudio

1. Departamento de Ventas

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

$$n = \frac{(12) * (0,5) * (0,5) * (1,65)^2}{(0,10)^2 (12 - 1) + (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{8,1675}{0,790625}$$

$$n = 10$$

3. Agencias

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

$$n = \frac{(143) * (0,5) * (0,5) * (1,65)^2}{(0,10)^2 (143 - 1) + (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{137,3372}{2,3804}$$

$$n = 58$$

2. Pasajeros

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

$$n = \frac{(65) * (0,5) * (0,5) * (1,65)^2}{(0,10)^2 (65 - 1) + (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{39,95264}{1,6004}$$

$$n = 25$$

4. Proveedores

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

$$n = \frac{(62) * (0,5) * (0,5) * (1,65)^2}{(0,10)^2 (62 - 1) + (1,65)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{38,10867}{1,5704}$$

$$n = 24$$

2.4 Técnicas empleadas para la recolección de la información

Para la presente investigación se utilizará el método descriptivo ya que el mismo permitirá conocer el comportamiento del mercado, para ello se considera parte de la población que será tomada en cuenta y su selección será por aleatorio simple ya que todos tienen una misma oportunidad para ser incluidos en la investigación, por ello se emplearán las siguientes técnicas:

2.4.1 Encuestas

Una técnica realizada mediante preguntas cerradas o abiertas la cual se utiliza para recolectar información en base a un cuestionario el mismo que será aplicado al departamento de reservas, pasajeros, agencias y proveedores que son los que se encuentran en relación con los servicios que ofrece la empresa, el objetivo primordial de la encuesta es conocer los problemas y las necesidades en cuanto a la calidad del servicio.

2.4.2 Entrevistas

Las entrevistas se realizarán a los empleados de las diferentes áreas, los mismos que deberán responder a través de una conversación formal, la entrevista se realizará en base a una plantilla que servirá de guía para el entrevistador con el objetivo de analizar la atención y servicio que están prestando y ofreciendo al turista.

2.5 Análisis estadístico de las encuestas

Analizando los datos obtenidos en las encuestas a los diferentes clientes internos y externos de la empresa Andean Travel Company

Cuestionario 1

Encuesta aplicada al Departamento de Ventas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

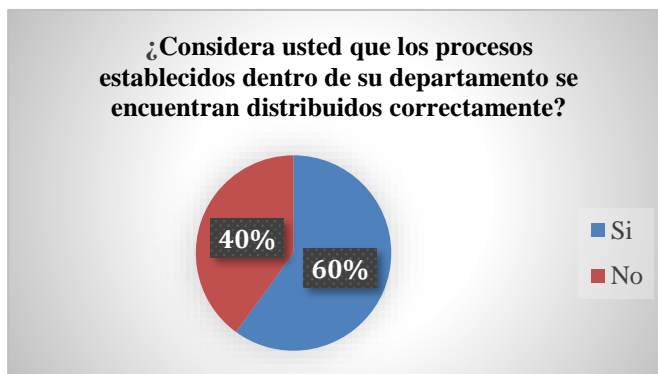


Figura 1: Procesos distribuidos correctamente.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, más de la mitad indicaron que los procesos se encuentran correctamente distribuidos; mientras que, la minoría consideró que los mismos no se encuentran correctamente distribuidos.

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del departamento?

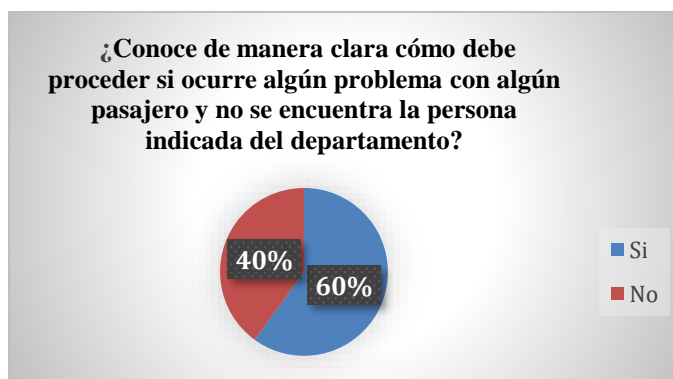


Figura 2: Conocimiento claro del proceso.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, más de la mitad indicaron que saben cómo proceder si no se encuentra la persona del departamento si ocurriese un problema y la minoría indicó que no tiene claro cómo proceder si ocurriese un problema con los pasajeros.

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

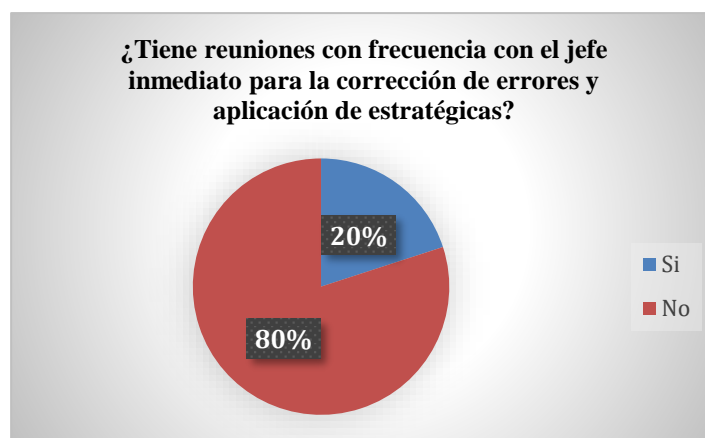


Figura 3. Corrección de errores.
Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, mas de la mitad indicaron que no tienen reuniones con frecuencia para la corrección de errores, solamente cuando hay problemas y un pequeño porcentaje indicó que si mantiene reuniones.

4.- ¿Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?



Figura 4. Servicio de calidad.
Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la gran mayoría considera que la empresa si maneja un servicio de calidad, mientras que; una minoría indicó que no lo maneja, esto podría manifestarse ya que supieron indicar también que sabrían cómo solucionar un problema cuando no está la persona encargada del departamento.

5.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?



Figura 5. Deficiencia dentro del departamento

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, un poco más de la mitad indicaron que es por falta de comunicación, seguido de un porcentaje indicaron son por las capacitaciones y un mínimo del manifestó que es por el trabajo de equipo e introducción-entrenamiento al nuevo personal.

6.- ¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

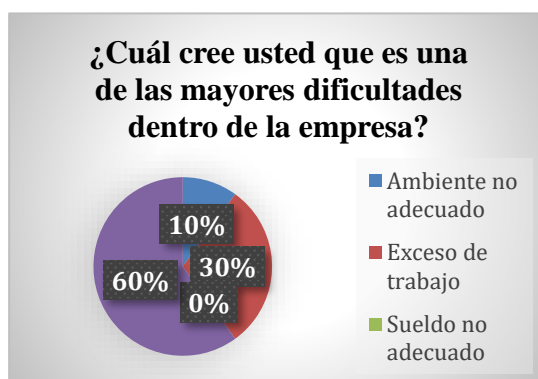


Figura 6. Mayores dificultades dentro de la empresa.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, indicaron que la mayoría de las dificultades dentro del departamento se dan por los choques de personalidad, el otro porcentaje pequeño indicó que es por el exceso de trabajo y con un mínimo indicaron que no existe un ambiente adecuado.

7.- ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?



Figura 7. Participación en los procesos.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, el total dieron a conocer que no participan en los posibles cambios en los procesos dentro de departamento de ventas.

8.- ¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

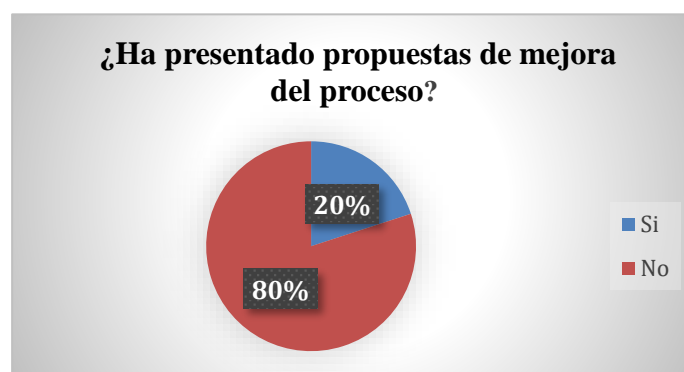


Figura 8. Presentación de la propuesta de mejora.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Isabel Pérez.

Interpretación.- De las encuestadas, la gran mayoría indicaron que no han presentado propuestas a su jefe inmediato, de aquí podemos relacionar que tampoco se incluye al personal en los procesos, por lo tanto únicamente una pequeña parte manifestaron que si han presentado propuestas de mejora.

9.- Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?



Figura 9. Respuesta de su inmediato superior.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- En base a la pregunta anterior sobre la presentación de propuestas, de las personas que han presentado propuesta, de las cuales indicaron que si han presentado propuesta de mejora, una se encuentra en espera de respuesta y la otra fue aceptada, el resto que representaría casi su totalidad no han presentado una propuesta.

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

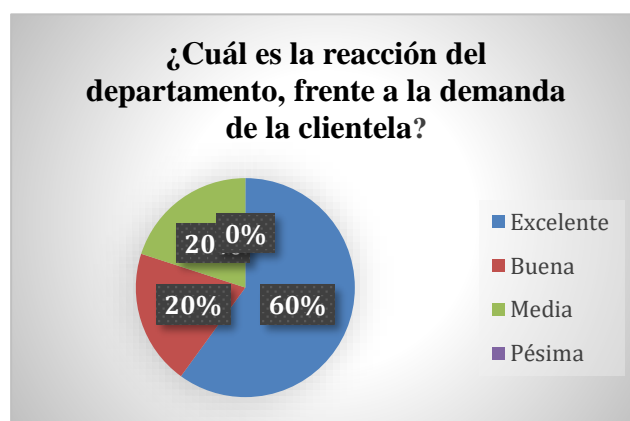


Figura 10. Reacción del departamento frente a la clientela.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor

Interpretación.- De las personas encuestadas, el mayor porcentaje indicaron que tienen una excelente reacción frente a la demanda, mientras que uno pequeño supieron manifestar que su reacción es media y buena.

11.- ¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?



Figura 11. Comunicación con el departamento de Operaciones.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Isabel Pérez.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayor parte indicaron que la comunicación con el departamento de Operaciones en buena y el otro mínimo manifestaron que excelente.

12.- ¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

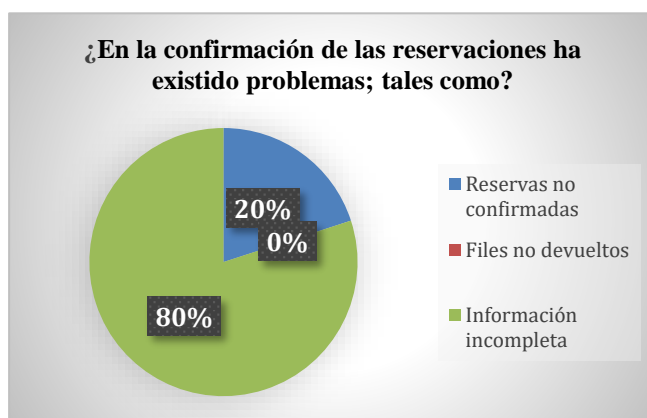


Figura 12. Problemas en las confirmaciones.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que los problemas que existen en la confirmación de las reservaciones son por la información incompleta y el porcentaje mínimo ha existido porque las mismas no han sido confirmadas.

13.-¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

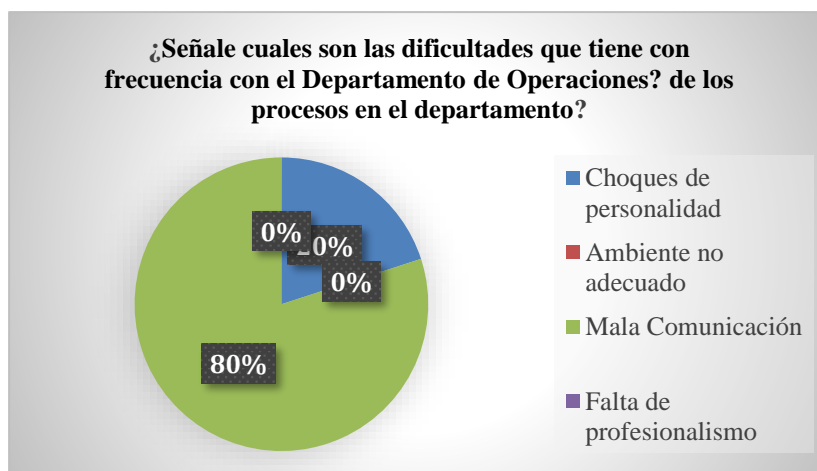


Figura 13. Dificultades con el Departamento de Operaciones.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la gran mayoría indicaron que existe una mala comunicación y un mínimo indicaron que existen dificultades por el choque de personalidad en los diferentes departamentos.

Cuestionario 2

Encuesta aplicada a Pasajeros

1.- ¿Qué es lo que considera con mayor valor a la hora de elegir una agencia de viajes?

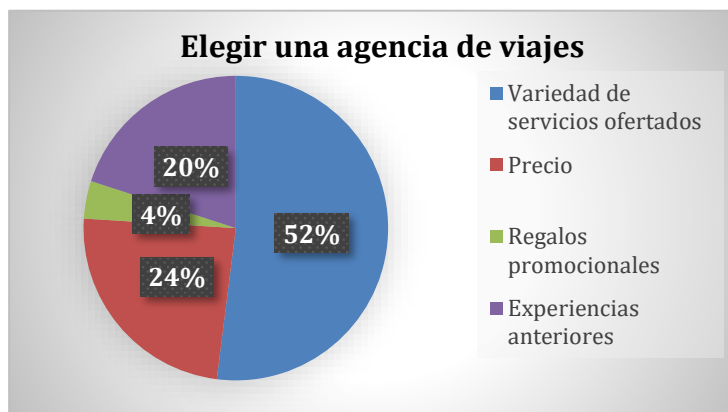


Figura 14. Valor al elegir una agencia de viajes

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, solo un poco más de la mitad que es el mayor porcentaje indicó que considera como mayor valor por la variedad de servicios ofertados elegir una agencia de viajes, seguido de un pequeño porcentaje por el precio y posterior a ellos y un mínimo opinó por experiencias anteriores.

2.- ¿Cómo califica la calidad de nuestro servicio?



Figura 15. Calidad del servicio.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- Con respecto a cómo califica la calidad del servicio, un poco más de la mitad de los encuestados dio a conocer que recomendarían el mismo, otro porcentaje del indicó que es de excelente calidad, en relación un mínimo que supo manifestar que no superó las expectativas y no es de buena calidad.

3.- ¿Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Andean Travel Company?



Figura 16. Satisfacción del servicio.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, casi en la totalidad dieron a conocer un que se encuentran satisfechos con el servicio que recibieron de la empresa, mientras que solo un pequeño porcentaje no están de acuerdo, en relación a si pueden recomendar.

4.- ¿Cree usted que el personal de la empresa, tiene el conocimiento adecuado para brindar información?



Figura 17. Conocimiento adecuado del personal.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría manifestaron que el personal de la empresaria los conocimientos adecuados y en relación un mínimo que indicaron que no tienen el suficiente conocimiento para brindar información.

5.- ¿En cuanto al servicio en el itinerario cómo califica a cada uno de los criterios? Información proporcionada, reserva de transporte, reserva de hotel, ¿profesionalismo del guía?

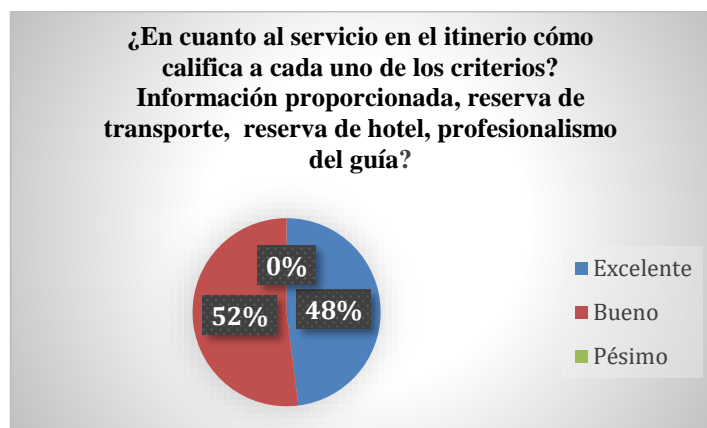


Figura 18. Servicio en el itinerario.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, un poco más de la mitad indicaron que los servicios en su itinerario fueron buenos y el otro menor de la mitad dieron a conocer que es excelente.

6.- ¿Cuál es su tipo de alojamiento preferido?

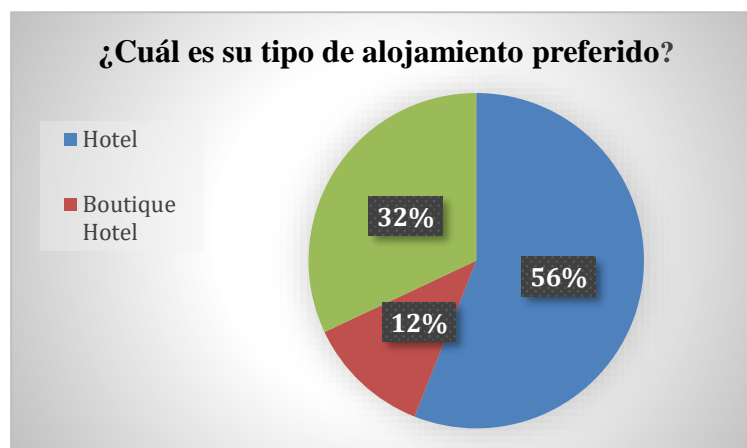


Figura 19. Tipo de alojamiento.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que el alojamiento preferido en un viaje son los hoteles, un pequeño porcentaje indicaron que son hostales y el mínimo indicó que prefieren el hotel boutique.

7.- ¿Cree usted que la empresa da una solución cuando existe una queja?



Figura 20. Solución a quejas.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, el total dieron a conocer que si da una solución la empresa cuando existe una queja.

8.- Si la respuesta a la anterior pregunta fue SI, es porque la solución a su queja duró entre:

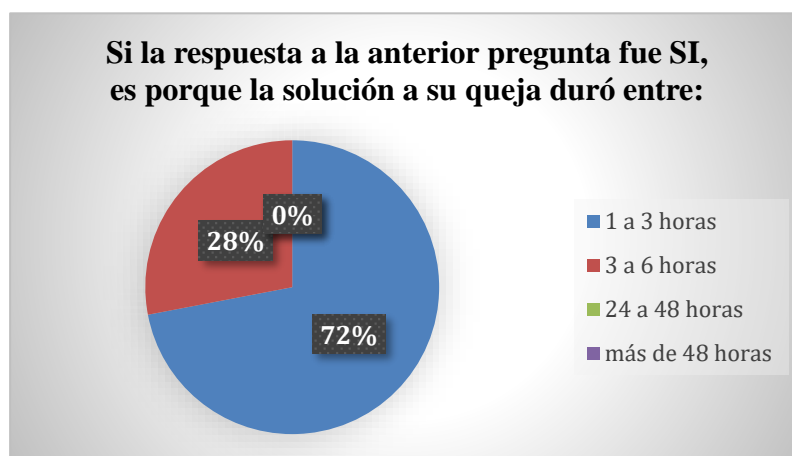


Figura 21. Duración para solucionar quejas.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que la solución a su queja duró entre 1 a 3 horas, seguido un pequeño porcentaje que la solución fue resuelta entre 3 a 6 horas.

9.- ¿Cuáles han sido los inconvenientes que ha tenido en su itinerario?

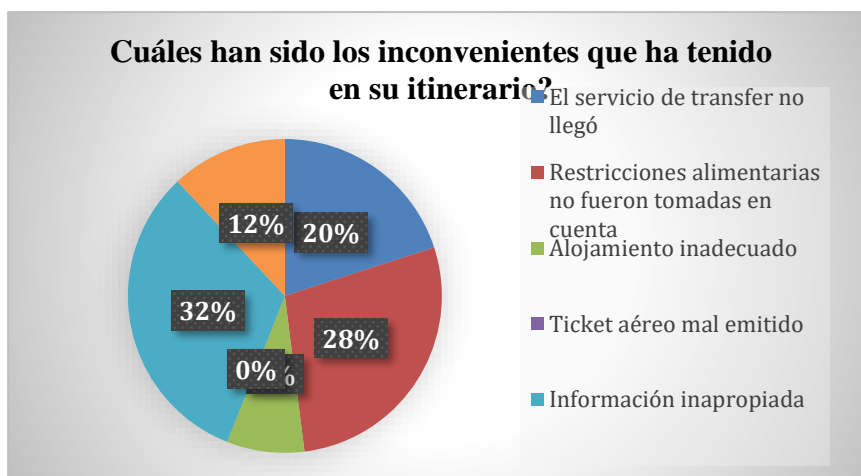


Figura 22. Inconvenientes en itinerario.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación. - De las personas encuestadas, menos de la mitad manifestaron que la información recibida de su itinerario fue inapropiada, un pequeño porcentaje indicaron que las restricciones alimentarias no fueron tomadas en cuenta, seguido por un mínimo que indicaron el servicio de transfer no llegó.

10.- ¿Cree usted que la atención recibida por parte del personal en cuanto a cordialidad y amabilidad fue?

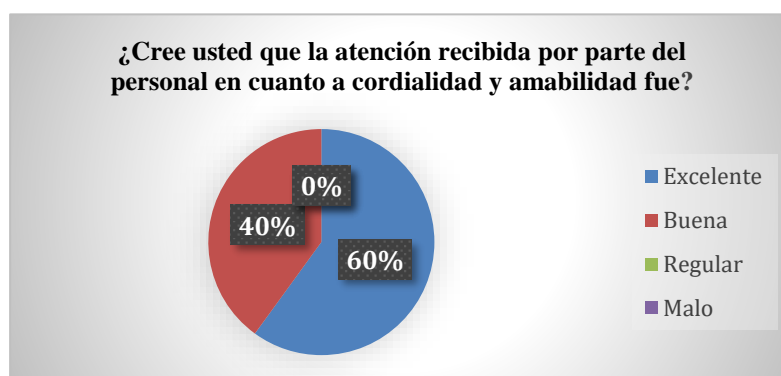


Figura 23. Atención del personal.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, menos de la mitad manifestaron que la información recibida de su itinerario fue inapropiada, un pequeño porcentaje indicaron que las restricciones alimentarias no fueron tomadas en cuenta, seguido por un mínimo que indicaron el servicio de transfer no llegó.

11.- ¿Estaría dispuesto a realizar otro viaje programado con la empresa?



Figura 24. Realización de otro viaje con la empresa.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, casi el total indicaron que si realizarían otro viaje con la empresa y únicamente el mínimo dio a conocer que no lo haría.

12.- ¿Recomendaría la agencia de viajes a amigos, familiares y conocidos?



Figura 25. Recomendación de la empresa.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la gran mayoría indicaron que si recomendarían a agencia de viajes, mientras que solo un mínimo indicó que no lo haría.

Cuestionario 3

Encuesta aplicada a las Agencias

1.- ¿Cuál es el nivel de satisfacción sobre el servicio recibido?



Figura 26. Nivel de satisfacción del servicio recibido.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, el menos de la mitad indicaron el nivel de servicio que recibieron fue bueno, seguido una pequeña parte que indicaron que fue excelente y con un mínimo que indicaron que fue regular, se podría relacionar que por tal motivo se se puede recomendar a la agencia de viajes.

2.- ¿Nuestro cumplimiento con respecto a sus expectativas fueron?



Figura 27. Cumplimiento de expectativas.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron la agencia de viajes si cumplió de una buena manera con las expectativas de viajes, una pequeña parte dio a conocer que fueron excelente y por último un mínimo que indicaron lo regular que se cumplieron sus expectativas.

3.-¿El nivel de profesionalismo de nuestros agentes de viajes es?



Figura 28. Nivel de profesionalismo de los agentes

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría dio a conocer que el profesionalismo de los agentes de viajes es bueno y la otra parte que es minoría indicaron que es excelente.

4.-¿La calidad de atención recibida antes, durante y después de viaje fue?

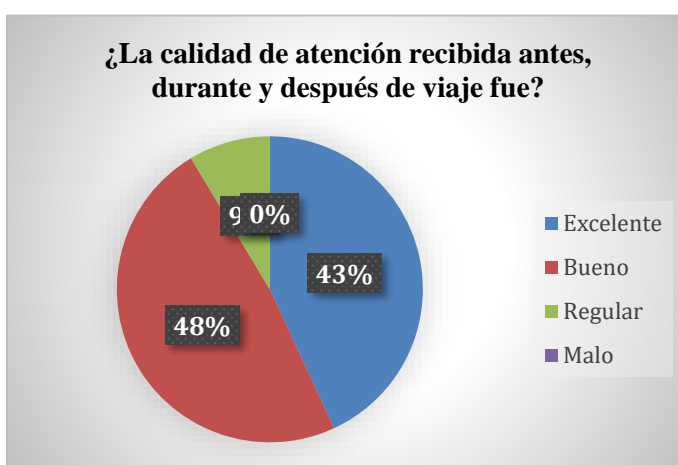


Figura 29. Calidad de atención recibida del viaje.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que la calidad de atención de su itinerario fue bueno, otra parte pequeña indicaron que fue excelente, esto se puede relacionar con el nivel de profesionalismo que tienen los agentes de viajes de la empresa que también es pequeña siendo excelente.

5.-¿Cómo evaluaría la calidad del servicio de nuestra agencia desde el principio hasta el final?

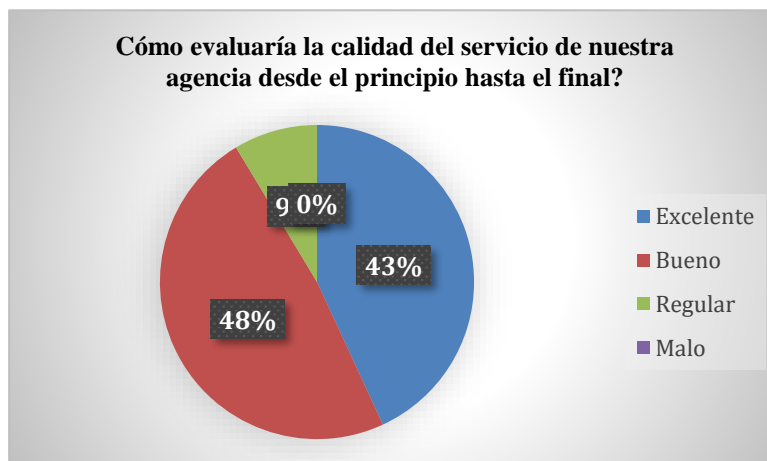


Figura 30. Evaluación del servicio recibido.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que la calidad del servicio dentro de su itinerario fue bueno y seguido de la minoría indicaron que fue excelente.

6.-¿Cree que nuestra página web es fácil de navegar?



Figura 31. Facilidad de la navegación en página web.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, casi en su totalidad indicaron que es fácil navegar en la página web de la empresa, pero solo un mínimo indicó que no es fácil.

7.-¿Cree que todo lo que se oferta en la página web se ajusta a la realidad con respecto a los programas?



Figura 32. Oferta de programas mediante la web.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que los programas ofrecidos en la página web si se ajustan a la realidad y el otro minimo ha indicado que no.

8.- ¿Cree que el precio de cada tour ofrecido corresponde a la calidad del servicio?

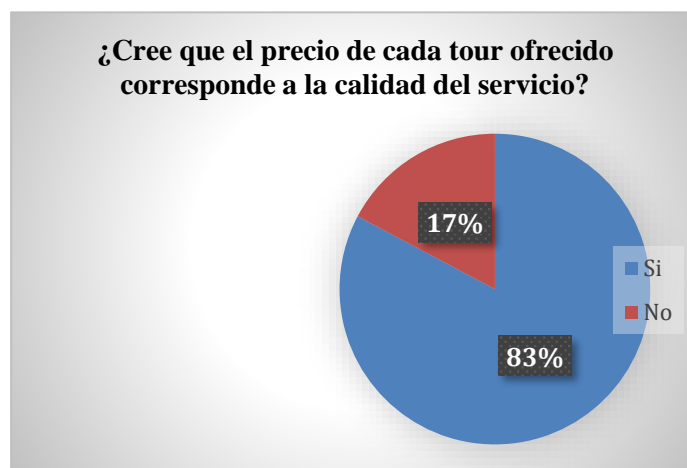


Figura 33. Recomendación de la empresa.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, mas de la miatd indicaron que el precio si se ajusta a la calidad del servicio que recibió y una pequeña parte de las personas indicaron que el precio no se ajusta.

9.-¿Pensaría elegir nuestra agencia de viaje otra vez en un futuro?

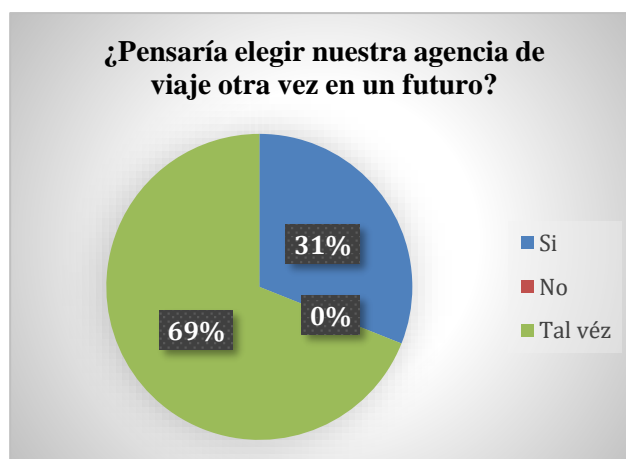


Figura 34. Elección de la empresa para otro viaje.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, solo un poco mas han indicado que tal vez volverían a viajar con la empresa en un futuro, una pequeña parte indicaron que si lo harían.

10.-¿Nos recomendaría con otras personas?



Figura 35. Recomendación de la empresa con otras personas.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, en su gran mayoría de las persona indicaron que si recomendarían a la empresa mientras que una pequeña parte indicó que no.

11.-¿Las quejas que han existido de sus pasajeros han sido por lo siguiente?

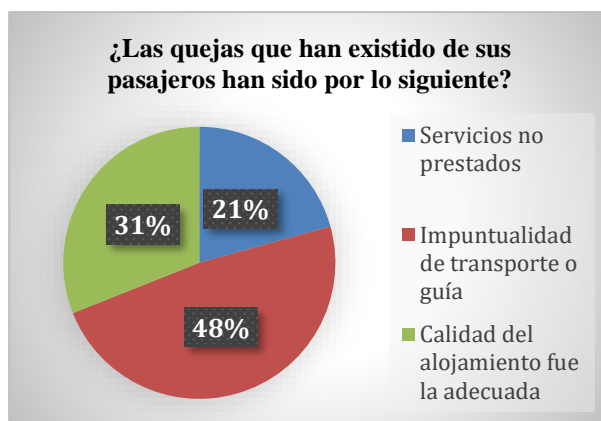


Figura 36. Quejas de pasajeros.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, menos de la mitad indicaron que las quejas que ha habido de sus clientes han sido por la impuntualidad del transporte o guía, seguido de una parte pequeña indicaron que fue porque la calidad del alojamiento no fue la adecuada y un mínimo indicaron que fue por servicio no recibidos.

Cuestionario 4

Encuesta aplicada a Proveedores

1.-¿Cree usted que la empresa cumple con el contrato establecido?

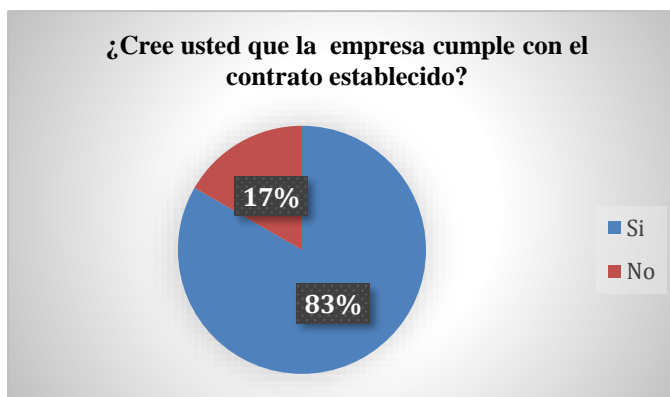


Figura 37. Cumplimiento de contrato.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, casi en su totalidad de las personas encuestadas indicaron que si cumple con el contrato establecido y un minoría indicaron que no lo cumple.

2.-¿Las reservaciones son claras y fácilmente identificables?

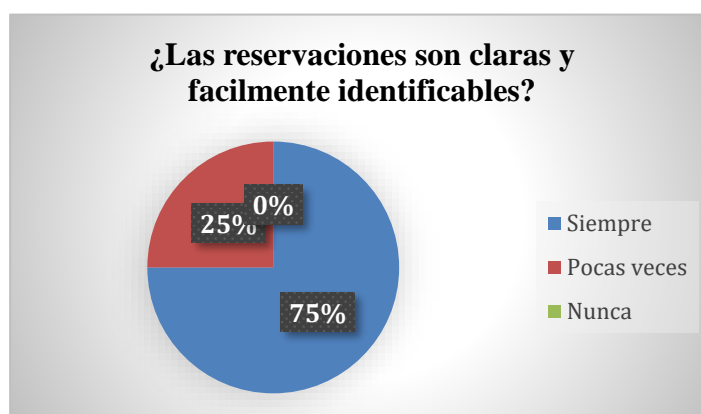


Figura 38. Manejo de reservaciones.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que siempre las reservas son claras y fácilmente identificables y solo una minoría indicaron que pocas veces.

3.-¿El Departamento de Operaciones da una respuesta rápida a las necesidades y problemas con las reservaciones?

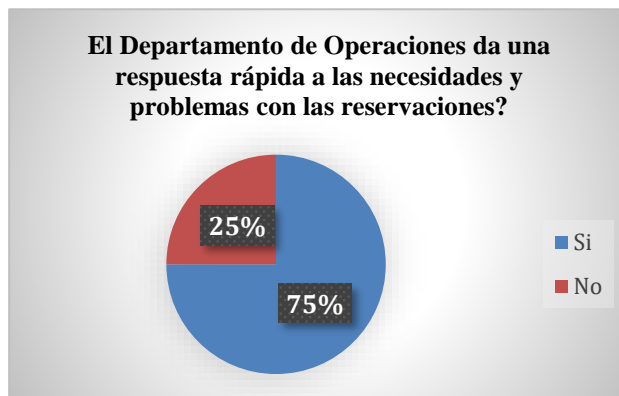


Figura 39. Manejo de reservaciones.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la gran mayoría dieron a conocer que la respuesta por parte del departamento de operaciones es rápida y solo una minoría indicaron que no es rápida.

4.-¿Cree usted que los servicios que ofrece a la empresa se adaptan a sus necesidades?

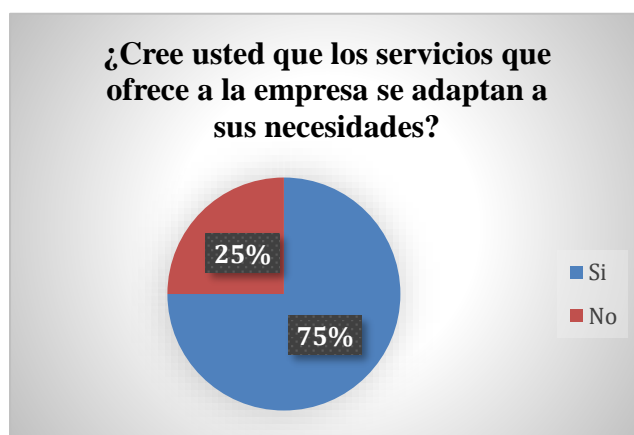


Figura 40. Servicios que ofrece ATC se adaptan a sus necesidades.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la gran parte dieron a conocer que los servicios que ofrece la empresa si se adaptan a las necesidades y el mínimo dieron a conocer que no.

5.-¿Cómo calificaría a la empresa con respecto a la calidad de trato que recibe?



Figura 41. Calidad de trato que recibe

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, la mayoría indicaron que es bueno la calidad de trato que recibe, con respecto al mínimo que indicaron que es excelente.

6.-¿Crees usted que el personal del Departamento de Operaciones cumple con los parámetros establecidos al momento de reservar un servicio?

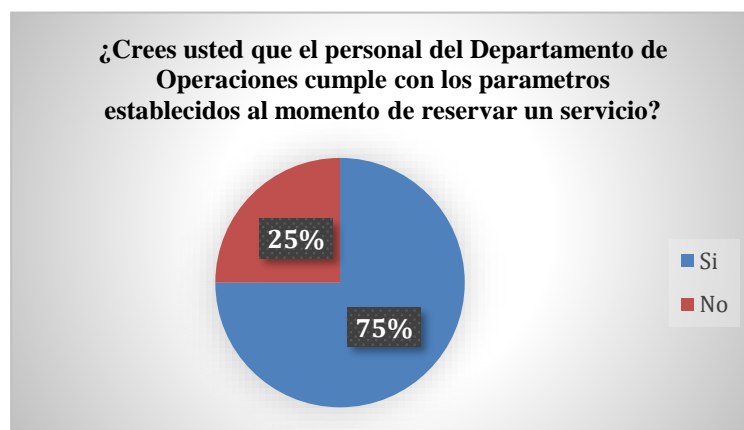


Figura 42. Conocimiento del personal de operaciones.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Interpretación.- De las personas encuestadas, más de la mitad indicaron que el personal de operaciones sí cumple con los parámetros establecidos al momento de reservar los servicios, mientras que solo un mínimo dieron a conocer que no.

2.6 Análisis de los aportes de los empleados a las entrevistas aplicadas.

2.6.1 Entrevista al Gerente

Se analizarán los datos obtenidos de la entrevista al Gerente de la empresa Andean Travel Company, tomando en cuenta todos los resultados encontrados.

Nombre	Veronica Ordoñez
Cargo	Gerente General
Experiencia	Gerente Andean Travel Company
Título	Ingeniera en Administración de Empresas

1.-¿Con que frecuencia se aplican estrategias de Calidad y Servicio al Cliente dentro de la empresa?

El Gerente respondió de acuerdo a la entrevista realizada, que no tiene un plan de estrategias de calidad y servicio al cliente, pero que se realiza inspecciones con los proveedores una vez al año.

2.- ¿Existe reuniones periódicas del equipo para solucionar problemas y lograr una mejora continua y sustentable?

No se mantiene reuniones continuas, pero existe una al año.

3.- ¿Si tiene reuniones periódicas con el equipo, cada que tiempo las realiza?

Se realiza únicamente una al año.

4.- ¿De no existir este tipo de reuniones con el equipo, cada que tiempo estaría dispuesto a realizarlas?

Considerando el giro del negocio, lo cual se caracteriza en servicio al cliente, cada 3 meses para una mejora continua.

5.- ¿Ha definido claramente las responsabilidades de cada empleado con respecto a los objetivos empresariales?

Las funciones se encuentran definidas según los objetivos empresariales que es la satisfacción al cliente con un servicio de calidad.

6.- ¿Ha realizado un plan de capacitación al personal?

Se a realizado con el personal de ventas, pero no con el personal de operaciones.

7.- ¿Generalmente, cree usted que se puede mejorar la calidad del servicio que ofrece la empresa?

Si, ya que es parte de nuestra filosofía empresarial poder brindar un servicio de calidad y experiencias únicas conociendo el Ecuador.

8.- ¿Para mejorar la atención o calidad en el servicio, que estrategias concretas cree usted que se deben realizar?

Capacitaciones al personal

Seguimiento de clientes

Control del producto

9.- ¿La capacitación al personal, es indispensable para el mejor rendimiento, estaría usted dispuesto a ofrecer capacitaciones en referencia a las responsabilidades, cargos y cambios dentro del departamento y en qué tiempo?

Si, por supuesto! Depende del tipo de capacitación. Minimo 2 por año.

2.7 Análisis de los instrumentos aplicados

Con referencia a los instrumentos aplicados en esta investigación, los encuestados quienes fueron el departamento de ventas, pasajeros, agencias y proveedores manifestaron sobre la organización:

Andean Travel Company cuenta con una infraestructura adecuada, que maneja calidad en el servicio, mientras que existen lo siguiente:

- La mayor deficiencia que existe dentro del departamento de ventas y con el departamento es la comunicación; la falta de inclusión de la persona de ventas en la participación del análisis de los procesos de mejora y la inexistencia de reuniones con frecuencia para la corrección de errores para la aplicación de estrategias.
- Los pasajeros expusieron que el servicio que ofrece la empresa es y recomendable, que el personal de la empresa cuenta con el conocimiento adecuado de los programas, la misma logra dar solución a las quejas por problemas que sus itinerarios, pero la información inadecuada ha sido uno de sus mayores inconvenientes.
- Las agencias indicaron que la satisfacción, calidad al servicio y profesionalismo con de los empleados es bueno, la información que se maneja en la página de la empresa es de fácil.
- Los proveedores manifestaron que tienen una relación estable con la empresa, la calidad del trato es buena, así como el servicio que ofrece la misma.

En relación a las entrevistas que se realizaron al personal interno quienes fueron el departamento de contabilidad y departamento de operaciones de la empresa, expusieron lo siguiente:

- Sobre la definición de los procesos, los cuales indicaron la mayoría no se encuentran establecidos correctamente, mientras que; una minoría manifestaron que si lo están de acuerdo a las funciones que desarrollan.
- La mitad de los entrevistados expusieron que si conocen en gran parte sobre los procedimientos cuando no se encuentra la persona encargada del área, mientras tanto; la otra mitad manifestaron que los procedimientos no se encuentran claros o no los

conocen, por lo cual una capacitación de los procesos o funciones de todos los miembros del departamento para tener el conocimiento sería necesaria.

- Para la corrección de errores la mayoría de los entrevistados indicaron que no existe reuniones con los jefes inmediatos para la corrección de errores, ya que lo realizan únicamente entre ellos y los directivos de la empresa. La minoría de ellos manifestaron que son muy pocas en las cuales realizan la revisión de comprobantes y corrección a tiempo de los errores en relación al departamento de contabilidad.
- Los entrevistados manifestaron que la empresa maneja un servicio de calidad, mientras que la minoría de los mismos dieron a conocer que no tiene un servicio de excelencia con referencia las expectativas del cliente y el cual no es posible por fallas en el proceso operacional.
- La mayoría de los entrevistado expusieron como deficiencias, el desconocimiento de las expectativas del cliente, el rendimiento de la empresa no cumple con lo prometido en su servicio, tales como; estándares, procesos y diseños. La comunicación es un problema que se mantiene en los departamentos, así como la falta de capacitaciones; el incremento en el volumen de la demanda, produce mayor información para operar y registrar contablemente.
- Dentro de las dificultades dentro de los departamentos, los entrevistados dieron a conocer lo siguiente; falta de personal ya que existen áreas que tienen mucho trabajo y no pueden cumplir con las tareas diarias, el trabajo en equipo, la comunicación el desconocimiento del FODA y la definición de las función de una manera clara y precisa.
- Los entrevistados manifestaron que la mayoría de ellos no han presentado propuesta de mejora en los procesos, ya que los jefes inmediatos son los que tomas las decisiones y no es posible participar en las reuniones para una mejora, de las personas que han presentado propuesta que han sido la minoría la respuesta a su propuesta ha sido que: será analizada que los procesos se encuentran establecidos, la misma será analizada o que se aplicará pero con un periodo de prueba.
- Como enfrenta el personal a la demanda que tiene la empresa, los entrevistados indicaron que es buena pero que la misma provoca que se extiendan horas adicionales de trabajo sin remuneración para poder cumplir con el trabajo, frustración por falta de tiempo, aumento de responsabilidades.

- La comunicación que se mantiene con los departamentos de ventas, operaciones y contabilidad es a diario, los entrevistados dieron a conocer que es poco factible una que los vendedores cuenta con poca experiencia en ventas, las falencias son repetitivas, los procesos no se cumplen, disfuncional la cual impiden que se permita un proceso correcto y claro.
- Los problemas suscitados al momento de confirmar las reservas se dan porque la información se encuentra incompleta, falta de disponibilidad, visión de servicios por ofertar, la reserva no se encuentra realizada, desglose de información en el sistema que maneja la empresa, ruta mal elaboradas, tarifas mal negociadas.
- Los entrevistados del departamento de operaciones manifestaron que los problemas recurrentes que mantienen con el departamento de ventas son los siguientes: Malas cotizaciones, poco conocimiento de los servicios que venden y procesos internos que los emiten, la información de las ventas para la reserva no es la adecuada, servicios mal ingresados, información incompleta.
- Los entrevistados del departamento de contabilidad indicaron que los problemas que se generan con el departamento de operaciones son los siguientes: Costos son ingresados incorrectamente, el registro de actividades fuera de tiempos establecidos, falta de comunicación al modificar o eliminar procesos, pagos de último minuto.
- Los entrevistados expusieron que el retraso con la confirmación con los proveedores se da por problemas de internet por parte del proveedor, no enviar la reserva de inmediato después de la venta, la confirmación que se genera del sistema no es entendible, falta de tiempo por la acumulación de trabajo, información y tarifas incompletas.
- Con respecto al cumplimiento del contrato que se mantiene con los proveedores, los entrevistados manifestaron que su personal no cuenta con el conocimiento necesario para la confirmación de un servicio, tienen mejores ofertas, las tarifas no se encuentra negociadas de acuerdo al volumen de confirmaciones que realizada la empresa mensualmente, el envío de documentación fuera de tiempo, falta de liquidez de su negocio, desconocimiento de las políticas de cobro, envío de facturas originales y modificaciones fuera del periodo establecido.
- Los problemas que se generan con las agencias sobre la calidad del servicio, los entrevistados indicaron que la competencia es desleal, tarifas poco competitivas, información distorsionada e incompleta, la comunicación no es eficiente y clara.

CAPÍTULO III

PLAN DE MEJORA EN EL DEPARTAMENTO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA ANDEAN TRAVEL COMPANY EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

3.1 Introducción

En la empresa Andean Travel Company, contará con un plan de mejora integral con la finalidad de mejorar la gestión administrativa y operativa, para poder minimizar riesgos, costos y mitigar errores dentro de la empresa.

Este plan de mejora servirá a sus colaboradores, conocer las funciones que deben realizar de manera o forma más clara y ordenada, simplificando procedimientos administrativos mediante lineamientos a seguir en cada una de las áreas, aplicando lo correctamente dentro de la entidad.

3.2 Situación actual de la empresa Andean Travel Company

La operadora de Turismo Andean Travel Company Cia. Ltda, forma parte de las Agencias Turísticas Integradoras Locales, con sede en Ecuador, empresa familiar que emplea a personas de todos los rincones del mundo, dedicados a crear experiencias de viaje únicas para sus clientes.

Fundada en 2001, los expertos ya han organizado excursiones para miles de viajeros. En Andean Travel Company, se preocupan por los detalles y aman lo que hacen, por lo que se especializa en operar específicamente el territorio continental de Ecuador y las Islas Galápagos.

Al tener su propia flota de yates en Galápagos y herramientas web eficientes para facilitar las reservaciones, están verdaderamente comprometidos a brindar servicios de la mejor calidad con la mayor flexibilidad en el mercado.

La normativa en la que se basan las actividades de la empresa ANDEAN TRAVEL COMPANY CIA. LTDA., se encuentran en el cumplimiento de:

- Constitución de la República
- Código de Trabajo
- Ley de Seguridad Social
- Ley de Régimen Tributario Interno y Disposiciones Tributarias
- Ley de Compañías
- Ley de Turismo

Mediante la investigación realizada por medio de encuestas y entrevistas a funcionarios, agencias, pasajeros y proveedores, se pudo obtener la situación actual de la empresa Andean Travel Company, la cual mostró que internamente existe un 83% de deficiencia tanto en los ámbitos de comunicación, inclusión para mejora de procesos y reuniones para corrección de errores y aplicación de estrategias.

Con respecto al cliente externo, se obtuvo la información que la calidad del servicio que brinda la empresa es buena con un 48%, y que la información recibida en su voucher no fue la adecuada en un 32%.

3.3 Filosofía Empresarial

3.3.1 Misión

Compartir nuestra pasión por Sudamérica con viajeros de todo el mundo, contribuyendo a la calidad, identidad y sostenibilidad de la vida local y su entorno.

3.3.2 Evaluación de la misión

Se consideró algunos factores que permitieron consolidar el enfoque de la misión, siendo así explicados:

Tabla 2
Evaluación de la misión

Elementos a conocer	Si	No	Porque
¿Asegura consistencia y claridad?	x		Si por que debe ser clara y concisa.
¿Define el punto de referencia central?	x		Si ya que está asociada directamente con el desarrollo de la agencia.
¿Logra el compromiso de los miembros de la organización?	x		Si porque con aquella se identifican.
¿Compromete y logra lealtad de lo realizado?	x		Si existe lealtad, ya que ese valor significa el crecimiento personal.
¿Ayuda a consolidar la imagen de la empresa?	x		Si ayuda a mejorar la imagen de la agencia para lograr ser identificados y lograr posicionamiento en el mercado.
¿Es realista y posible?	x		Si porque se enfoca en las condiciones actuales de la industria
¿Es consistente?	x		Si porque va mejorando cada día.
¿Esta difundida interna y externamente?	x		Si, ya que se encuentra 18 años en el mercado

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

3.3.3 Propuesta de la misión

Es una empresa de turismo especializada en productos de excelente calidad, servicio, responsabilidad social y ambiental, los que se traducen en experiencias con un alto nivel de satisfacción para nuestros clientes, que son los mejores aliados en la promoción para una mejor rentabilidad.

3.3.4 Visión

Ser la empresa turística más reconocida de Sudamérica por la excelencia de sus servicios garantizando experiencias únicas.

3.3.5 Evaluación de la visión

Considerando algunos factores que permitan consolidar el enfoque de la visión, se evaluará de la siguiente manera:

Tabla 3

Evaluación de la visión

Elementos a conocer	Si	No	Porque
¿Está formulada por líderes?	x		Si porque la formularon la gerencia y presidencia
¿Está definido en el tiempo?	x		Si porque tiene límite de tiempo para cumplir los objetivos.
¿Es integradora?	x		Si porque es el pilar para mantenerse en el mercado.
¿Es amplia y detallada?	x		Si porque identifica todo el giro del negocio.
¿Es posible e inspiradora?	x		Si se enfocó para que sea visible y posible, logrando un desarrollo a partir del trabajo.
¿Es realista y posible?	x		Si es posible ya que los trabajadores deben de tener una idea de hacia dónde se quiere ir, apoyándose en el trabajo diario.
¿Es consistente?	x		Si porque en pocas palabras está planteado todo el contexto de la empresa.
¿Esta difundida interna y externamente?	x		Si por el tiempo que tienen la empresa en el mercado

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

3.3.6 Propuesta de la visión

Ser una empresa líder ecuatoriana, que se mantengan en el mercado, reconocida a nivel nacional e internacional, ofreciendo productos y servicios de excelente calidad, garantizando experiencias únicas y siendo amigable con el medio ambiente.

3.3.7 Principios y valores de la empresa Andean Travel Company

Los valores dentro de una empresa son los pilares más importantes, los cuales deben manejar y conocer todos los miembros de la misma. Por lo que se detalla a continuación con los que cuenta Andean Travel Company:

Valores

Trabajo en equipo. - Consiste en apoyarse mutuamente en las actividades que necesiten la intervención urgente para afrontar cualquier dificultad en cualquier momento.

Respeto. - Colaborar para la aplicación de los principios éticos y morales.

Calidad. - La razón del esfuerzo de todos.

Compromiso. - Acuerdo contraído del trabajo a realizar.

Excelencia personal. - Ampliar nuestros conocimientos, habilidades y capacidades.

Honestidad. - Compromiso moral con la organización y con las personas que la componen.

Gratitud. - Dar las gracias por las oportunidades que se presentan a diario y no envidiar el esfuerzo logrado de cada miembro de la empresa.

Honradez. - Compromiso moral con la organización y con las personas que la componen.

3.3.8 Evaluación de valores

Para la evaluación de los valores con que cuenta la empresa se determinaron de manera interna como externo la relación e importancia que se mantiene con cada uno de los mismos.

Tabla 4

Matriz de determinación de los valores

Matriz de determinación de los valores						
Direccionamiento estratégico						
Principios / Grupos	Socios	Trabajadores	Cliente	Proveedores	Gobierno	Sociedad
Trabajo en equipo	x	x	x	x	x	x
Respeto	x	x	x	x	x	x
Calidad	x	x	x			
Compromiso	x	x				
Excelencia profesional	x	x	x	x		
Honestidad	x	x	x	x	x	
Gratitud	x	x	x	x	x	x
Honradez	x	x	x	x	x	x

Fuente: Investigación de campo.**Elaborado por:** Autor

3.3.9 Propuesta de los principios y valores

Se han determinado de la tabla de valores, cuatro son los más importantes, escogidos y evaluados dentro de la empresa para mantenerlos y mejorar, que son:

Trabajo en equipo. - Consiste en apoyarse mutuamente en las actividades que necesiten la intervención urgente para afrontar cualquier dificultad en cualquier momento.

Respeto. - Colaborar para la aplicación de los principios éticos y morales.

Gratitud. - Dar las gracias por las oportunidades que se presentan a diario y no envidiar el esfuerzo logrado de cada miembro de la empresa.

Honradez. - Compromiso moral con la organización y con las personas que la componen.

3.3.10 Objetivos organizacionales

El objetivo organización que la empresa Andean Travel Company es:

Crecer y adaptarse a los diversos cambios que un mercado como en el que nos desarrollamos exige, por lo que vemos en la necesidad de organizarnos y prepararnos para los futuros nuevos retos. (Alarco, 2010)

3.4 Análisis situacional

En base a los resultados de la investigación cualitativa y cuantitativa respecto a los procesos establecidos internamente y la calidad del servicio al cliente de la empresa Andean Travel Company, fue necesario realizar el análisis de la organización, con el fin de identificar los factores que intervienen dentro y fuera de la misma y que afectan el ambiente laboral.

3.4.1. Beneficiarios

Directos. - Los beneficiados con la aplicación del plan de mejora en el departamento de operaciones son el personal y los directivos de la empresa Andean Travel Company, incentivando su compromiso y así mejorar el rendimiento de manera general de la organización.

Indirecto. - Los beneficiarios indirectos serán los clientes, los proveedores y agencias de viajes que venden servicios turísticos a nivel nacional y pasajeros directos que visitan el país por turismo que requieren los servicios que brinda la organización.

3.4.2 Ubicación de la empresa Andean Travel Company

La ubicación de la empresa Andean Travel Company se encuentra entre las calles Guipuzcoa e1 3-117 y Lugo, edificio Andean Travel Company, a dos cuadras de la avenida al Coruña, para una mejor ubicación adjunto el siguiente mapa:

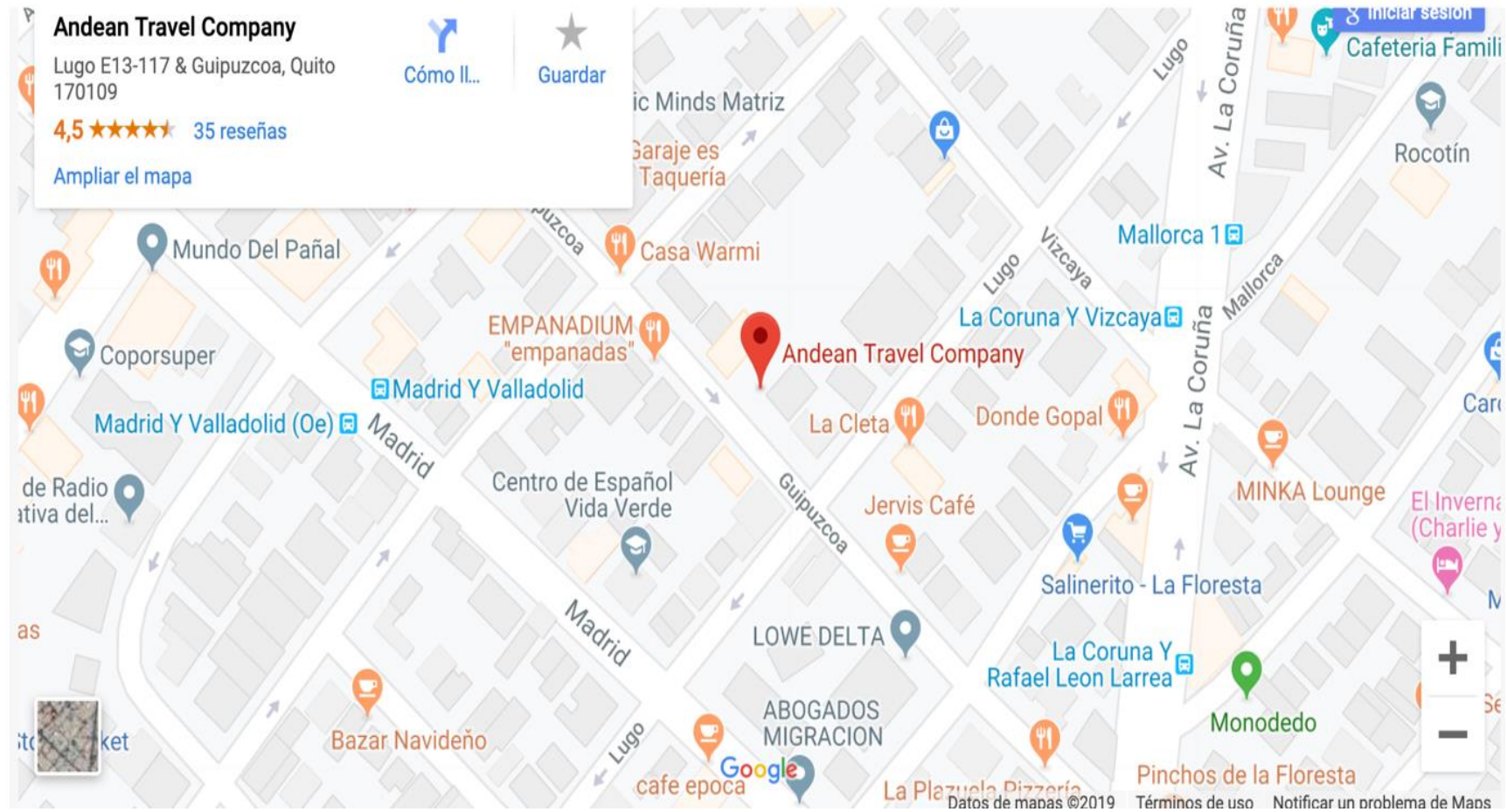


Figura 43. Mapa de ubicación de la empresa *Andean Travel Company*.
Fuente: Google maps.

3.4.2 Organigrama estructural

Andean Travel Company cuenta con los siguientes departamentos y áreas:

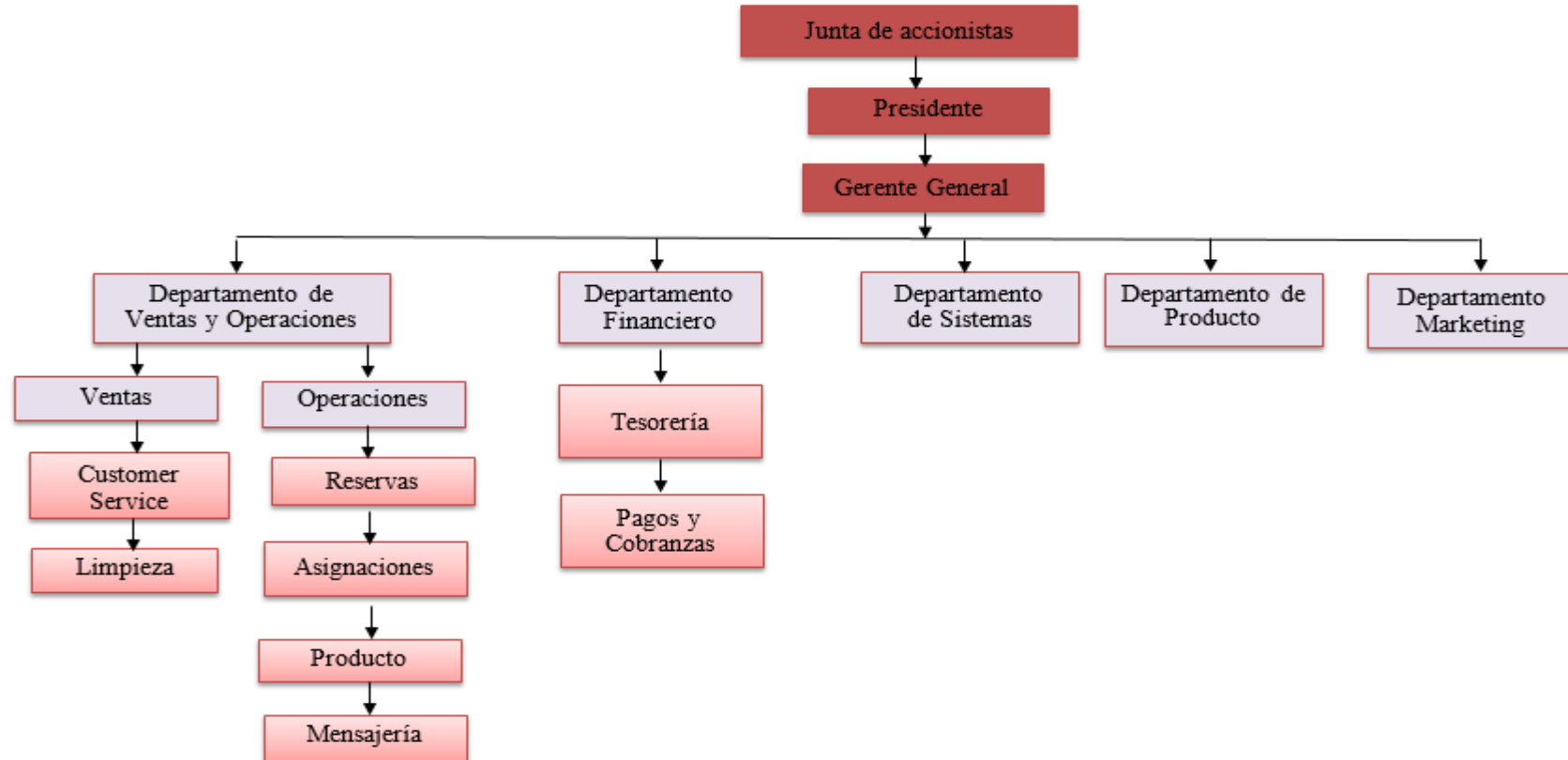


Figura 44. Organigrama de la empresa Andean Travel Company.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor

3.5 Evaluación de factores internos

La matriz de evaluación de los factores internos (EFI) es un instrumento para formular estrategias, que resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre las mismas.

Se ha identificado las siguientes fortalezas y debilidades de la empresa, que de detallan en la siguiente matriz:

Tabla 5
Matriz EFI

MATRIZ EFI				
Fortaleza	Peso de Impacto	Calificación	Ponderado	
Instalaciones certificadas y autorizadas	0,01	4	0,04	
Cuenta con Tic's	0,01	4	0,04	
Ambiente laboral adecuado	0,02	4	0,08	
Conocimiento del mercado	0,005	3	0,015	
Posecionamiento en el mercado	0,01	3	0,03	
Subtotal de fortaleza			0,205	
Debilidades				
Area Funcional Clave	Falta de organización de las funciones y procesos	0,05	2	0,1
	Inducción de nuevo personal incompleto	0,06	2	0,12
	Rotación de personal	0,05	1	0,05
	Falta de mejora continua en los procesos	0,025	2	0,05
	Falta de capacitación	0,09	2	0,18
	Falta de calidad en la prestación de servicio	0,06	2	0,12
	Falta de comunicación	0,03	2	0,06
	Quejas de clientes	0,52	2	1,04
	Mejora en la atención al cliente	0,04	2	0,08
	No inclusión del personal en el análisis de procesos	0,02	2	0,04
	Subtotal de debilidades			1,84
	TOTAL	1		2,045

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

Del análisis de la Matriz de Evaluación de los Factores Internos, las fortalezas se encuentran en 0,205 mientras que las debilidades en 1,795, no obstante, el total de las fuerzas y competencias es de 2.0, que se encuentra por debajo de 2.5, indicando que la empresa es débil en el factor interno.

3.6 Evaluación de factores externos

3.6.1 Macroentorno

Política

El desarrollo del país está fomentado en las empresas nacionales a través de leyes que ayuden a que las empresas tengan más oportunidades en el ámbito extranjero. Los acuerdos con Estados Unidos y la Unión Europea han incrementado el volumen de personas extranjeras en el país.

Según la Ley de Turismo: Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002, última modificación: 29 -dic.-2014, da a conocer en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país.

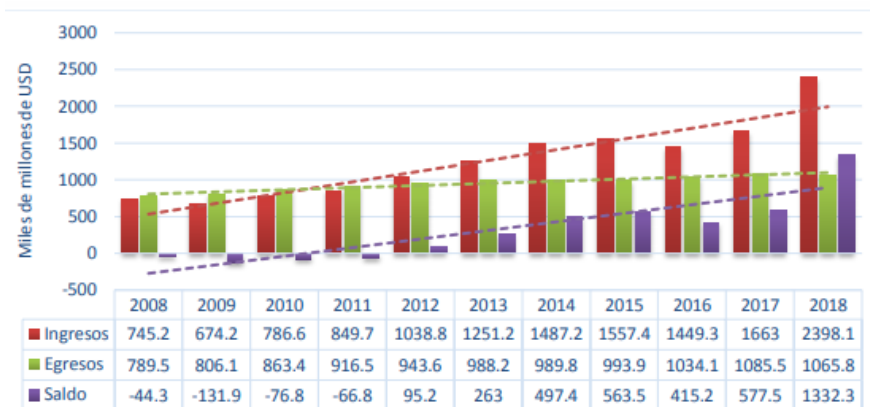
En donde se determina el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Económico

Ecuador está pasando por una transición económica, para muchos mala y otros estable, los incrementos en el gasto público se deben a la inversión que el gobierno anterior fue manejado por el economista Rafael Correa Delgado, como la inversión en la infraestructura y los costos burocráticos.

En relación con el turismo se detalla a continuación la balanza turística que ha venido desarrollándose durante los últimos 7 años:

Tabla 6
Balanza Turística



Fuente: Banco Central del Ecuador (BEC)

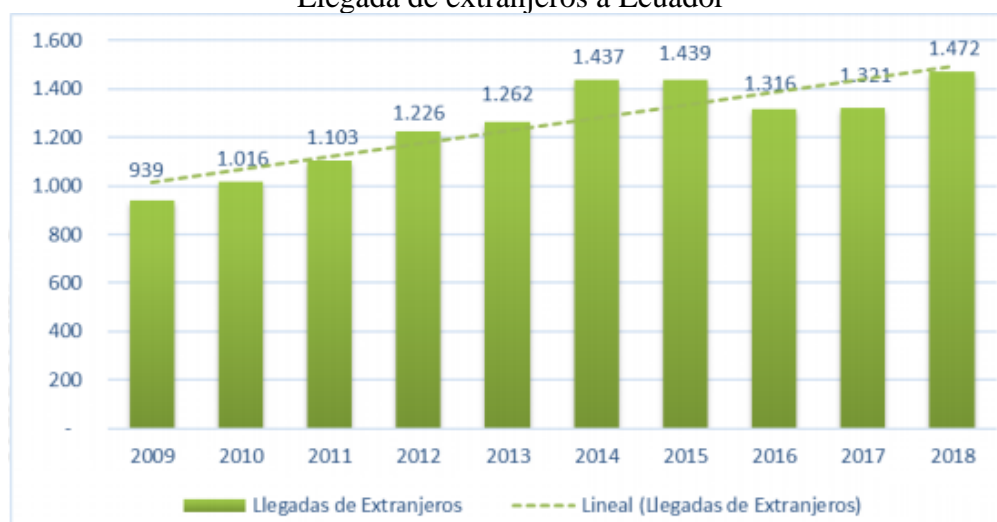
Elaborado por: Autor

El impulso en la banca pública y otras acciones han permitido el crecimiento y desarrollo con un impulso positivo en la actividad turística.

Social

En el negocio que se está desarrollando esta investigación son datos positivos ya que se encuentra enfocado en brindar servicios de calidad, en toda clase de industria en el nivel de ingresos para la población, ya que estos elementos determinan la capacidad adquisitiva de los servicios.

Tabla 7
Llegada de extranjeros a Ecuador



Fuente: Base de datos de entradas y salidas internacionales a Ecuador 2009-2017 INEC

Elaborado por: Autor

Tecnológico

El Ecuador se ha abierto a la tecnología lo cual ha dado a las empresas publicas como privadas la oportunidad para cambios. La empresa se maneja mediante redes sociales y su pagina web establecida de la marca. Según la encuesta de estratificación del nivel socio económico del 2011 (NSE), mas del 98% de los ecuatorianos utilizan herramientas de Internet para comunicarse ya sea mediante correos electrónicos o redes sociales.

3.6.2 Microentorno



Figura 45. Direccion de Marketing, Kotler Keller
Elaborado por: Autor

Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Este elemento se refiere a la potencial incursión de nuevas empresas en la industria estudiada y analiza la facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores; las barreras dificultan la entrada de nuevos competidores.

La principal barrera para el inicio de una empresa dentro de la misma empresa sería la limitación derivada de la inversión para este tipo de empresas. Además de las regulaciones ambientales, societarias, comerciales y las demás relacionadas que pueden desincentivar un posible ingreso de nuevas empresas.

Rivalidad entre competidores

Se relaciona con el nivel de competencia que tienen las empresas de la misma industria; para una empresa será más difícil trabajar en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos

Los servicios que están siendo ofertados son únicos por el destino que se ofrece como las islas Galápagos que es una de las maravillas del mundo, por esta razón la calidad del servicio y la experiencia debe ser única.

Poder de negociación con los proveedores

Este elemento toma en consideración el nivel de influencia que poseen los proveedores en la empresa o industria estudiada, y que pueden constituirse en inconvenientes para la organización. Un mercado no es atractivo cuando los proveedores están bien organizados o son tan fuertes o, incluso, monopolistas, que puedan imponer sus condiciones de precio; esto se complica más si los insumos son insustituibles o son pocos y de alto costo.

Ecuador como destino turístico poseen lugares únicos y a su vez existe limitación de proveedores que ofrecen el servicio.

Poder de negociación con los consumidores

Este punto se refiere a la capacidad de influencia que tienen los compradores sobre la industria analizada. Según el portal Quiminet (2012), cuando existen pocos compradores o estos se encuentran organizados o más informados, serán mayores sus exigencias en búsqueda de reducción de precios, de mayor calidad y servicios.

En la actualidad, el presente punto es cardinal ya que determina la situación en la que se encuentra la empresa estudiada y que debe reconsiderarse con el fin de atender a las necesidades de los clientes.

Sin embargo, todavía no puede hablarse de un alto poder de negociación de los consumidores debido a que su número todavía es alto y su participación individual

Amenazas del ingreso de productos sustitutos

La amenaza de ingreso de productos sustitutos se relaciona con la entrada de empresas que ofrezcan productos similares o alternativos a los de la industria analizada. Los servicios sustitutos ponen un límite superior al precio que se puede cobrar por un servicio debido a que servirán para que los consumidores cuenten con diversas opciones.

Es difícil definir el tamaño o rango de servicios sustitutos que tienen en cada lugar del Ecuador, tomando en consideración los siguientes:

Guías

Transporte

Hoteles

Restaurantes

Lodge

Cruceros

3.7 Evaluación de factores externos

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a las estrategias resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Se ha identificado las siguientes oportunidades y debilidades de la empresa, que de detallan en la siguiente matriz:

Tabla 8
Matriz EFE

MATRIZ EFE				
Oportunidades	Peso de Impacto	Calificación	Ponderado	Areas claves de resultados
Crecimiento en el mercado	0,07	4	0,28	Marketing
Descuento con proveedores	0,015	4	0,06	Ventas
Especialización en el servicio	0,14	4	0,56	Ventas y Operaciones
Mejora ante su competencia	0,02	4	0,08	Marketing, Ventas y Operaciones
Promoción de los servicio mediante social media	0,015	3	0,045	Marketing
Subtotal de oportunidades			1,025	
Amenazas				
Incremento en los costos	0,6	2	1,2	Financiero
Competencia en el mercado	0,05	2	0,1	Marketing
Nuevas regulaciones, reformas en normas y leyes	0,09	1	0,09	
Subtotal de oportunidades			1,39	
TOTAL	1		2,415	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

La clave de la Matriz de Evaluación de los Factores Externos, consiste en que el valor del peso ponderado total de las oportunidades sea mayor al peso ponderado total de las amenazas; en este caso, el peso ponderado total de las oportunidades es 2,133 y de las amenazas 0,917; dando como total de 3,05 con la aplicación de los instrumentos de investigación, lo cual establece que el ambiente externo es favorable a la organización.

3.8 Análisis de la Matriz Interna y Externa (IE)

Del total obtenido de la matriz de factores internos 2 y del total de la matriz de factores externos 3,05, los cuales indican la posición de la empresa, la misma que se detalla en la matriz interna-externa (IE).

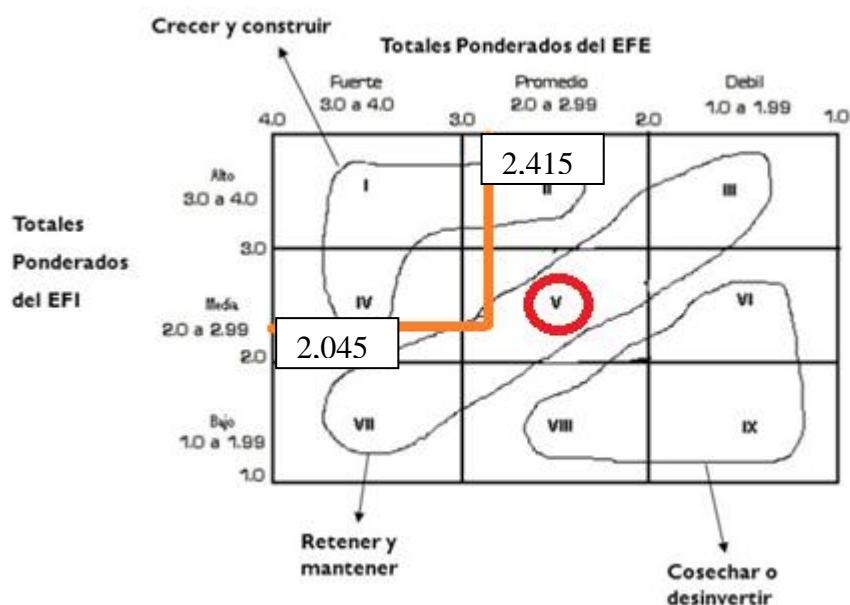


Figura 46. Matriz Interna-Externa (IE)
Elaborado por: Autor.

De los resultados encontrados se ubicó a la empresa en el cuadrante I y IV, dónde tiene que crecer y construir con estrategias agresivas, esto implica aumentar el control sobre los proveedores de la empresa, con lo cual garantiza la actividad de la misma y a su vez poder obtener una mayor ventaja con respecto a las negociaciones con tarifas. Es necesario que la empresa mantenga una integración hacia atrás, delante y horizontal, desarrollando una comunicación interna eficiente, participación del personal en los análisis e inclusión de los procesos y desarrollo en la calidad del servicio para satisfacer las necesidades actuales del mercado.

3.9 FODA

3.9.1 Análisis FODA

La matriz FODA sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en donde existe la posibilidad de superar una debilidad para impedir el logro de un propósito. Se detalla a continuación la matriz para formular estrategias de Andean Travel Company:

Tabla 9
Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	1.Instalaciones certificadas y autorizadas 2.Cuenta con Tic's 3.Ambiente laboral adecuado 4.Conocimiento del mercado 5.Posicionamiento en el mercado	1.Falta de organización de las funciones y procesos 2.Inducción de nuevo personal incompleto 3.Rotación de personal 4.Falta de mejora continua en los procesos 5.Falta de capacitación 6.Falta de calidad en la prestación de servicio 7.Falta de comunicación 8.Pérdida de clientes 9.Quejas de clientes 10.Mejora en la atención al cliente 11.No inclusión del personal en el análisis de procesos
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	1.Crecimiento en el mercado 2.Descuento con proveedores 3.Especialización en el servicio 4.Mejora ante su competencia 5.Promoción de los servicio mediante social media	1.Incremento en los costos 2.Competencia en el mercado 3.Nuevas regulaciones, reformas en normas y leyes

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor.

3.9.2 Análisis FODA Cruzado

Al combinar aspectos del FODA, fortalezas y debilidades con oportunidades y amenazas, se desprendieron estrategias, las que se describen a continuación:

Tabla 10
Análisis FODA cruzado

FODA CRUZADO		FACTORES EXTERNOS			
		OPURTUNIDADES		AMENAZAS	
		a	Crecimiento en el mercado	a	Incremento en los costos
		b	Descuento con proveedores	b	Competencia en el mercado
		c	Especialización en el servicio	c	Nuevas regulaciones, reformas en normas y leyes
		d	Mejora ante su competencia		
		e	Promoción de los servicio mediante social media		
FACTORES INTERNOS	FORTALEZA	ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS FA	
1	Innstalaciones certificadas y autorizadas	5b	Establecer acuerdos de tarifas con los diferentes proveedores		
2	Cuenta con Tic´s	2e	Diagnosticar y establecer mejora en el servicio y procesos inernos	4a Implementar calidad en las cotizaciones	
3	Ambiente laboral adecuado				
4	Conocimiento del mercado				
5	Posesionamiento en el mercado				
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO		ESTRATEGIAS DA	
1	Falta de organización de las funciones y procesos	2c	Garantizar el conocimiento operativo en la inducción al nuevo personal		
2	Inducción de nuevo personal incompleto	7a	Mejora en la comunicación del personal		
3	Rotación de personal				
4	Falta de mejora continua en los procesos				
5	Falta de capacitación				
6	Falta de calidad en la prestación de servicio				

	7	Falta de comunicación				
	8	Quejas de clientes				
	9	Mejora en la atención al cliente				
	10	No inclusión del personal en el análisis de procesos				

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor

3.9.3 Estrategias del Plan de Mejora

En la propuesta de mejoramiento de la atención y servicio al cliente, en el cual intervienen enfoques que fueron identificados en el estudio metodológico, con la finalidad de establecer estrategias para la mejora al deficiente servicio, así:

Estrategias del Plan de Mejora										
	ENFOQUE	PROPOSITO	ESTRATEGIA		ACTIVIDADES		TIEMPO		NOMBRE DEL INDICADOR	RESPONSABLE
							INICIO	FIN		
E1	Tarifas competitivas	Ser más competentes en el mercado	1.1	Establecer acuerdos de tarifas con los diferentes proveedores	1	Coordinar reuniones con proveedores	01-oct	30-nov	Reuniones con proveedores	Departamento de Producto
					2	Suscripciones de convenios	01-oct	30-nov	Convenios suscritos	
E2	Mejora continua	Brindar servicio de excelente de calidad	2.1	Diagnosticar y establecer mejora en el servicio y procesos internos	1	Capacitar al departamento de Ventas y Operaciones	01-oct	30-dic	Personal capacitado	Gerente
					2	Determinar los problemas y errores frecuentes en Ventas y Operaciones y brindar posibles soluciones	01-oct	30-dic	Alternativas y problemas de solución en el servicio	Gerente y empleados
					3	Aplicar encuestas de satisfacción a clientes para toma de decisiones	01-oct	30-dic	Mejora del servicio al cliente	Gerente
			2.2	Mejorar la comunicación del personal y reducción de errores	1	Establecer políticas para la mejora de la comunicación	01-oct	31-oct	Políticas de comunicación	Gerente
					2	Evaluar la reducción de errores	01-oct	31-oct	Reducción de errores	Gerente

			2.3	Implementar calidad en las cotizaciones	1	Establecer políticas para la elaboración y aprobación de cotizaciones	01-oct	30-nov	Políticas de cotizaciones	Gerente
E3	Calidad en inducción	Inducción de calidad a los procesos operativos	3.1	Garantizar el conocimiento operativo en la inducción al nuevo personal	1	Desarrollar programas estandares de inducción del personal	01-oct	30-ene	Programas de inducción	Gerente
					2	Evaluar el conocimiento de la inducción	01-oct	30-ene	Evaluación de desempeño	Gerente y empleados

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autor

3.8.4 Ficha de indicadores del plan de mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company

Ficha de Indicadores											
ENFOQUE		ESTRATEGIA		INDICADOR		VARIABLES DEL INDICADOR			NIVEL ESPERADO	PLAZO	MEDIO DE VERIFICACIÓN
				NOMBRE	FORMULA	1	2	META			
E1	Tarifas competitivas	1.1	Establecer acuerdos de tarifas con los diferentes proveedores	Reuniones con proveedores	(Negociaciones con proveedores / Total de proveedores) * 100	Negociaciones con proveedores	Total de proveedores	Negociación del 100% con proveedores	1	2 meses	Formato de reuniones
				Convenios suscritos	(Convenios suscritos / Proveedores negociados) * 100	Convenios suscritos	Proveedores negociados	Convenios 100% suscritos	1	2 meses	Convenio
E2	Mejora continua	2.1	Diagnosticar y establecer mejora en el servicio y procesos internos	Personal capacitado	(Personal capacitado / Personal de Ventas y Operaciones) * 100	Personal capacitado	Personal de Ventas y Operaciones	Capacitación al 100% de empleados	1	2 meses	Certificación de capacitaciones
				Alternativas y problemas de solución en el servicio	(Alternativas de solución / Problemas identificados) * 100	Alternativas de solución	Problemas identificados	Soluciones establecidas al 100%	1	2 meses	Formato de problemas y soluciones
				Mejora del servicio al cliente	(Clientes satisfechos / Clientes) * 100	Clientes satisfechos	Clientes	10% mayor a la evaluación del primer semestre del 2019	0.10	2 meses	Encuestas

		2.2	Mejorar la comunicación del personal y reducción de errores	Políticas de comunicación	Políticas establecidas de comunicación	Políticas establecidas	-	Políticas de comunicación al 100% establecidas	1	1 mes	Actas de resolución de Junta de Accionistas
				Reducción de errores	(Errores presentados / Errores diagnosticados) * 100	Errores presentados	Errores diagnosticados	Errores diagnosticados al 100%	1	1 mes	Formato de reuniones
		2.3	Implementar calidad en las cotizaciones	Políticas de cotizaciones	Políticas establecidas de cotización	Políticas establecidas	-	Políticas de cotización al 100% establecidas	1	2 meses	Actas de resolución de Junta de Accionistas
E3	Calidad en inducción	3.1	Garantizar el conocimiento operativo en la inducción al nuevo personal	Programas de inducción	(Programas de inducción establecidos / Procesos operativos) * 100	Programas de inducción establecidos	Procesos operativos	Programas de inducción al 100% establecidos	1	3 meses	Actas de resolución de Junta de Accionistas
				Evaluación de desempeño	Nivel de desempeño	Porcentaje de desempeño	-	Porcentaje de desempeño al 100%	1	3 meses	Evaluaciones de desempeño

3.8.5 Descripción de las estrategias del plan de mejora en el departamento de operaciones de la empresa Andean Travel Company en el Distrito Metropolitano de Quito

**ENFOQUE E1.
TARIFAS COMPETITIVAS**

Estrategia 1.1

Establecer acuerdos de tarifas con los diferentes proveedores

Propósito.- Ser más competentes en el mercado.

Actividades:

E1-1.1-1 Coordinar reuniones con proveedores

E.1-1.1-2 Suscripciones de convenios

Responsable: Jefe del departamento de producto.

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-11-30

Recursos: Serán: presupuesto, artículos de oficina, computadora e impresora.

Actividad E1-1.1-1:
Coordinar reuniones con proveedores

Indicador: Reuniones con proveedores

Formula: (Negociaciones con proveedores / Total de proveedores) * 100 = X%.

Interpretación: El X% de negociaciones con los proveedores, fueron realizadas.

Medio de verificación: Formato de reuniones.

Responsable: Jefe del departamento de producto.

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-11-30

Formato E1-1.1-A: Modelo de reuniones con los proveedores

					
FORMATO REUNION PROVEEDORES					
Fecha:				Hora Inicio:	
Lugar:				Hora Fin :	
ASISTENTES					
	NOMBRE	CARGO	ASISTENCIA	FIRMA	
1					
2					
3					
4					
5					
ASUNTOS TRATADOS					
Negociación tarifas					
Firmas de convenio					

Elaborado por: Autor

Actividad E1-1.1-2:
Suscripciones de convenios

Indicador: Convenios suscritos.

Formula: (Convenios suscritos / Proveedores negociados) * 100 = X%.


Interpretación: El X% de convenios suscritos, fueron por negociaciones con proveedores.

Medio de verificación: Convenio.

Responsable: Jefe del departamento de producto.

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-11-30

Formato E1-1.1-B: Modelo formato convenio de tarifas

 FORMATO CONVENIO DE TARIFAS			
PROVEEDOR:			
FECHA:			
LUGAR:			
PRIMERO. OBJETIVO			
SEGUNDA. COSTO Y COMISION			
TERCERA. DURACION			
CUARTA. POLITICAS DE PAGO			
QUINTA. POLITICAS DE BLOQUEOS, CONFIRMACIONES			
SEXTA. POLITICAS DE FIT'S Y GRUPOS			
SEPTIMA. POLITICAS DE FAM TRIP			
OCTAVA. COMPROMISO MUTUO CON EL MEDIO AMBIENTE			
NOVENA. TERMINACION DEL CONTRATO			
FIRMAS			
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCTO		PROVEEDOR:	
NOMBRE:		NOMBRE:	

Elaborado por: Autor

**ENFOQUE E2.
MEJORA CONTINUA**

Estrategia 2.1

Diagnosticar y establecer mejora en el servicio y procesos internos

Propósito.- Brindar servicio de excelente de calidad.

Actividades:

- E2-2.1-1 Capacitar al departamento de Ventas y Operaciones
- E2-2.1-2 Determinar los problemas y errores frecuentes en Ventas y Operaciones y brindar posibles soluciones
- E2-2.1-3 Aplicar encuestas de satisfacción a clientes para toma de decisiones

Responsable: Gerente

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-11-30

Recursos: Recursos a utilizarse serán: presupuesto, artículos de oficina, computadora e impresora.

Actividad E2-2.1-1

Capacitar al departamento de Ventas y Operaciones

Contenidos mínimos:

Se realizará 2 capacitaciones, duración de 8 horas, con el fin de adquirir conocimientos nuevos sobre calidad turística y contendrá los siguientes temas:

- Definición y evolución de servicio
- Características del servicio
- El cliente
- Momentos de verdad
- La cadena del servicio
- Cultura de servicio
- Por qué es importante el servicio al cliente
- Servicio Post-Compra: cómo mantener e incrementar clientes
- Fidelización de clientes y manejo de clientes difíciles, indecisos y quejas.

Indicadores: Personal capacitado.

Formula: (Personal capacitado / Personal de Ventas y Operaciones) * 100 = X%.

Interpretación: El X% del personal capacitado de Ventas y Operaciones, fueron capacitados.

Medio de verificación: Certificación de capacitaciones.

Responsable: Gerente

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-12-30.

Formato E2-2.1-A: Modelo formato reunión del personal

			
FORMATO REUNION PERSONAL			
Fecha:		Hora Inicio:	
Lugar:		Hora Fin :	
ASUNTO:			
ASISTENTES			
	DEPARTAMENTO	NOMBRE	FIRMA
1			
2			
3			
4			
5			

Elaborado por: Autor

Actividad E2-2.1-2

Determinar los problemas y errores frecuentes en Ventas y Operaciones y brindar posibles soluciones

Indicadores: Alternativas y problemas de solución en el servicio

Formula: (Alternativas de solución / Problemas identificados) * 100 = X%.

Interpretación: El X% de los problemas identificados tuvieron una alternativa de solución.

Medio de verificación: Formato de problemas y soluciones.

Responsable: Gerente

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-12-30.

Formato E2-2.1-B: Modelo de problemas y soluciones en Ventas y Operaciones

Problemas y soluciones en Ventas y Operaciones			
	Problema	Solución	Observación
1	Malas cotizaciones	El jefe de ventas realice una revisión mensual de las cotizaciones	
2	Poco conocimiento de programas que se venden	Antes de la confirmación al cliente, revisar con el jefe de ventas o producto el itinerario para poder cotizarlo	
3	Falta de conocimiento de procesos internos	Llamado de atención por la omisión de procesos	
4	Falta de ingreso de información en: rutas aéreas, datos de pax, acomodación de pasajeros, especificaciones generales solicitadas por pasajeros de lo que incluye y no el itinerario, impuestos a las islas Galápagos	Ventas solicite de manera obligatoria a sus clientes 3 meses antes esta información	
5	Solicitud de servicios incorrectos	En la revisión mensual de los itinerarios para ser operados, el jefe de ventas solicite un informe de cada file	
	Grupo de análisis	Elaborado por:	
		Revisado por:	
		Aprobado por:	

Elaborado por: Autor

Actividad E2-2.1-3

Aplicar encuestas de satisfacción a clientes para toma de decisiones

Indicadores: Mejora del servicio al cliente.

Formula: (Clientes satisfechos / Clientes) * 100 = X%.


Interpretación: El X% de los clientes mostraron satisfacción del servicio.

Medio de verificación: Encuestas de satisfacción.

Responsable: Gerente

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-12-30.

Formato E2-2.1-C: Modelo de encuesta

				
Encuesta realizada a clientes de la empresa Andean Travel Company				
Objetivo: la calidad de servicio que ofrece la empresa				
Instrucciones: Por favor marque con una X la respuesta que considere apropiada.				
Preguntas	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1 Compresión en las necesidades de los clientes				
2 Entrega a tiempo de las confirmaciones				
3 Profesionalismo				
4 Experiencia en la compra				
5 Experiencia en servicio al cliente				
6 Calidad del servicio				
<i>Muchas gracias por su colaboración!</i>				

Elaborado por: Autor

Formato E2-2.1-D: Modelo de evaluación y seguimiento de resultados finales

Evaluación y seguimiento de resultados finales																									
Conocer los resultados de la implementación de la capacitación de Ventas y																									
Periodo de aplicación: diciembre 2019																									
Fecha:																									
Objetivo	Dialogar los resultados de la capacitación de Ventas y Operaciones sobre calidad turística y servicio al cliente																								
	Número de evaluaciones	Pasajeros Total		100%																					
<table border="1"> <caption>Data for the bar chart</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Excelente (Yellow)</th> <th>Muy Bueno (Grey)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Compresión en las necesidades de los clientes</td> <td>10</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Entrega a tiempo de las confirmaciones</td> <td>10</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Profesionalismo</td> <td>10</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Experiencia en la compra</td> <td>9</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Experiencia en servicio al cliente</td> <td>9</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Calidad del servicio</td> <td>10</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>					Categoría	Excelente (Yellow)	Muy Bueno (Grey)	Compresión en las necesidades de los clientes	10	0	Entrega a tiempo de las confirmaciones	10	0	Profesionalismo	10	0	Experiencia en la compra	9	1	Experiencia en servicio al cliente	9	1	Calidad del servicio	10	0
Categoría	Excelente (Yellow)	Muy Bueno (Grey)																							
Compresión en las necesidades de los clientes	10	0																							
Entrega a tiempo de las confirmaciones	10	0																							
Profesionalismo	10	0																							
Experiencia en la compra	9	1																							
Experiencia en servicio al cliente	9	1																							
Calidad del servicio	10	0																							
<i>Analisis de resultados</i>																									
<i>Conclusión de la satisfacción del cliente</i>																									
Por la Gerencia																									

Elaborado por: Autor

Estrategia 2.2

Mejorar la comunicación del personal y reducción de errores

Propósito.- Brindar servicio de excelente de calidad.

Actividades:

E2-2.2-1 Establecer políticas para la mejora de la comunicación

E2-2.2-2 Evaluar la reducción de errores

Responsable: Gerente

Tiempo de implementación: 30 días, del 2019-10-01 al 2019-10-31

Recursos: Los principales recursos a utilizarse serán: presupuesto, artículos de oficina, computadora e impresora.

Actividad E2-2.2-1

Establecer políticas para la mejora de la comunicación

Políticas de Comunicación

Se debe considerar para una comunicación efectiva, el proceso que se debe seguir entre las personas que se encuentren en un nivel semejante dentro de la empresa para que el tema de discusión llegue al entendimiento mutuo, es necesario cumplir con lo siguiente:

- Analizar la situación o tema
- Definir el problema
- Utilizar el canal adecuado para poder expresarlo mediante: correo electrónico, chat de gmail, whatsapp o llamada telefónica.
- Retroalimentación para verificación de información que fue entendida
- Determinar alternativas de solución
- Aplicar las alternativas de solución mediante un control
- Ejercitar las habilidades de comunicación
- Recompensar y reforzar la buena comunicación

Indicadores: Políticas de comunicación.

Formula: Políticas establecidas de comunicación.

Interpretación: El X% de errores presentados y diagnosticados en la reunión se pueden reducir por las políticas establecidas.

Medio de verificación: Actas de resolución de Junta de Accionistas.

Responsables: Gerente

Tiempo de implementación: 30 días, del 2019-10-01 al 2019-10-31

Actividad E2-2.2-2

Evaluar la reducción de errores

Indicadores: Reducción de errores.

Formula: (Errores presentados / Errores diagnosticados) * 100 = X%.

Interpretación: El X% de errores presentados fueron diagnosticados.

Medio de verificación: formato de reuniones.

Responsables: Gerente

Tiempo de implementación: 30 días, del 2019-10-01 al 2019-10-31

Formato E2-2.2-E: Modelo formato reunión reducción de errores en la comunicación

			
FORMATO REUNION PERSONAL MEJORA COMUNICACIÓN			
Fecha:		Hora Inicio:	
Lugar:		Hora Fin :	
ASUNTO:			
ASISTENTES			
	DEPARTAMENTO	NOMBRE	FIRMA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Elaborado por: Autor

Estrategia 2.3

Implementar calidad en las cotizaciones

Propósito.- Brindar servicio de excelente de calidad.

Actividades:

E2-2.3-1 Establecer políticas para la elaboración y aprobación de cotizaciones

Responsable: Gerente

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-11-30

Recursos: Los principales recursos a utilizarse serán: presupuesto, artículos de oficina, computadora e impresora.

Actividad E2-2.3-1

Establecer políticas para la elaboración y aprobación de cotizaciones

Políticas de Referencia en cotizaciones:

- Desarrollar la cotización día a día
- No utilizar plantillas de otro itinerarios
- Incluir todos los siguientes servicios:
 - Entradas
 - Comidas
 - Hoteles y comidas para guías
 - Servicios de transfer muelle-hotel-muelle en las islas Galápagos
 - Guías nativos para los parques nacionales
 - Ferry y taxis acuáticos en las islas Galápagos
 - Mantener la misma categoría de servicio que se cotiza y confirma al final
 - Ser aprobada por el jefe de ventas

Indicador: Políticas de cotizaciones .

Formula: Políticas establecidas de cotización.

Interpretación: Se deben cumplir con las políticas de cotización que establezca la empresa.

Medio de verificación: Acta de resolución de Junta de Accionistas.

Responsables: Gerente.

Tiempo de implementación: 60 días, del 2019-10-01 al 2019-11-30

ENFOQUE E3.
E3. CALIDAD EN INDUCCION

Estrategia 3.1

Garantizar el conocimiento operativo en la inducción al nuevo personal

Propósito.- Inducción de calidad a los procesos operativos.

Actividades:

E3-3.1-1 Desarrollar programas estandares de inducción del personal

E3-3.1-2 Evaluar el conocimiento de la inducción

Responsables: Gerente y empleados.

Tiempo de implementación: 90 días, del 2019-10-01 al 2020-01-30

Recursos: Recursos a utilizarse serán: presupuesto, artículos de oficina, computadora e impresora.

Actividad E3-3.1-1

Desarrollar programas estandares de inducción del personal

El proceso de inducción debe contener lo siguiente:

Inducción general sobre los procesos de ventas, operativos y políticas generales de la empresa.

- Organigrama
- Misión
- Visión
- Objetivos organizacionales
- Reglamento interno
- Normas generales de higiene y seguridad

-Inducción específica sobre los aspectos importantes de las funciones a desempeñar

- Responsable y objetivos del área
- Obligaciones y derechos del empleador y del trabajador
- Asesorar a los clientes sobre programas land y en las islas Galápagos
- Cotizar programas solicitados por pasajeros directos o agencias:
- Detalle del itinerario día a día el mismo debe ser ingresado desde el primer servicio solicitado por el pax como el último
- Transfer de llegada
- Hotel de pax
- Alimentación de pax
- Entradas a sitio de interés
- Transfer de salida
- Vuelos nacionales con ruta correcta
- Impuestos a las islas Galápagos (Tarjeta de control de tránsito, entrada al parque nacional Galápagos, ticket bus lobito del aeropuerto al canal de Itabaca, barcaza para cruzar el canal de Itabaca, taxi acuático)
- Alimentación y alojamiento del guia o transporte cuando se encuentran cuando se encuentran itinerarios en ruta.
- Realizar bloqueos
- Realizar confirmaciones de itinerarios

- Elaborar y enviar facturas con abonos y saldo total

Indicadores: Programas de inducción.

Formula: (Programas de inducción establecidos / Procesos operativos) * 100 = X%.

Interpretación: El X% programas de inducción con procesos operativos fueron establecidos.

Medio de verificación: Acta de Junta de Accionistas.

Responsables: Gerente y empleados.

Tiempo de implementación: 90 días, del 2019-10-01 al 2020-01-30

Actividad E3-3.1-2

Evaluar el conocimiento de la inducción

Indicadores: Evaluación de desempeño.

Formula: Nivel de desempeño.

Interpretación: Mediante la evaluación de desempeño se podrá garantizar el conocimiento operativo.

Medio de verificación: Evaluaciones de desempeño.

Responsables: Gerente y empleados.

Tiempo de implementación: 90 días, del 2019-10-01 al 2020-01-30

Formato E3.3.1-F: Modelo de evaluación de desempeño

EVALUACION DE DESEMPEÑO	
FECHA:	NOMBRE ENCARGADO:
NOMBRE DEL EMPLEADO:	CARGO:
DESEMPEÑO LABORAL	
RESPONSABILIDAD	CALIFICACION
EXACTITUD Y CALIDAD DEL TRABAJO	
PRODUCTIVIDAD	
ORDEN DEL TRABAJO	
COMPRESION DE SITUACIONES	
FACTORES DE ACTITUD	
PUNTUALIDAD	
ACTITUD HACIA LA EMPRESA	
ACTITUD HACIA EL CLIENTE	
COOPERACION CON EL EQUIPO DE TRABAJO	
CAPACIDAD PARA ACEPTAR CRITICAS	
PRESENTACION LABORAL	
DISPOCISION	
HABILIDADES	
INICIATIVA	
CREATIVIDAD	
RESPUESTA BAJO PRESION	

Elaborado por: Autor

3.9.4 Presupuesto

N°	ESTRATEGIA	DETALLE	COSTO
1	Establecer acuerdos de tarifas con los diferentes proveedores	Articulos de oficina: Bolígrafos, lápices, carpetas, clips, cinta adhesiva, grapadora, post-it, tijeras, perforadora, regla, resma de papel, separadores para carpetas, impresiones y tinta para impresora.	\$ 260,00
2	Diagnosticar y establecer mejora en el servicio y procesos internos	Articulos de oficina: Bolígrafos, lápices, carpetas, clips, cinta adhesiva, grapadora, post-it, tijeras, perforadora, regla, resma de papel, separadores para carpetas, impresiones, tintan para impresora, marcadores, infocus y persona que realizará las capacitaciones	\$ 500,00
3	Mejorar la comunicación del personal y reducción de errores	Articulos de oficina: Bolígrafos, lápices, carpetas, clips, cinta adhesiva, grapadora, post-it, tijeras, perforadora, regla, resma de papel, separadores para carpetas, impresiones, tinta para impresora, infocus, marcadores	\$ 125,00
4	Implementar calidad en las cotizaciones	Articulos de oficina: Bolígrafos, lápices, carpetas, clips, cinta adhesiva, grapadora, post-it, tijeras, perforadora, regla, resma de papel, separadores para carpetas, impresiones y tinta para impresora y personal	\$ 290,00
5	Garantizar el conocimiento operativo en la inducción al nuevo personal	Articulos de oficina: Bolígrafos, lápices, carpetas, clips, cinta adhesiva, grapadora, post-it, tijeras, perforadora, regla, resma de papel, separadores para carpetas, impresiones tinta para impresora, marcadores, infocus.	\$ 405,00
TOTAL			\$1.580,00

Elaborado por: Autor

Conclusiones

Sobre las teorías antes mencionadas en las investigaciones previas dieron a conocer que la calidad de servicio que debe ofrecer una entidad a sus cliente debe ser excelente, tomando en cuenta que de no existir una demanda exigente no se podría medir cuando mejorar y que un proceso sea correcto para así poder superar las expectativas de los clientes.

En base a los encuestados y entrevistados, realizado a los funcionarios de la empresa Andean Travel Company, se evidenció que la mayoría están de acuerdo que existe problemas de comunicación, capacitación y procesos internos ineficientes y la necesidad de contar con un plan de mejora para la satisfacción del cliente mediante un servicio de calidad.

Según la estrategia de tarifas, se logrará establecer reuniones con diferentes proveedores y a su vez suscribir convenios para poder mantenerse en el mercado, siendo más competitivos.

Para la mejora continua empresarial se realizaron capacitaciones y evaluaciones al personal sobre temas de calidad de servicio y procesos de comunicación, esto se reflejó en las encuestas de satisfacción del cliente que indicaron la mejora en la calidad del servicio.

Mediante el proceso de investigación, se ha demostrado la importancia del brindar un servicio de calidad y la satisfacción del cliente, lo que conlleva beneficios a la empresa para poder mantenerse dentro del mercado.

Recomendaciones

A la Gerente de la empresa Andean Travel Company, continuar con la implementación de las estrategias establecidas, tomando en consideración los convenios con los diferentes proveedores para tarifas más competitivas.

A la Gerencia realizar un seguimiento a las estrategias establecidas que permitan identificar oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas de la empresa, que impulsen las operaciones de los diferentes departamentos con el mercado.

A la Gerencia continuar con las capacitaciones e identificación de errores para una oportuna toma de decisiones sobre satisfacción de cliente.

A la Gerencia mantener el programa de inducción sobre procesos operativos al nuevo personal para la calidad de los programas confirmados con los pasajeros.

Referencias Bibliográficas

- Guzmán Angulo , C. A., & Herrera Cruz , E. A. (2014). ESTUDIO DE LA SITUACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA RUTA FERROVIARIA “EL TREN DE LA LIBERTAD” DE LOS CANTONES IBARRA Y URCUQUÍ. *Plan de Mejoramiento Turístico*. (E. A. Posso, Ed.) Ibarra. Obtenido de file:///Users/isabel/Downloads/05%20FECYT%201930%20TESIS.pdf
- Alarco, P. (2010). *anual de procesos de las aerías de operaciones y reservaciones*-. Quito: Andean Travel Company.
- Aldana, L., Alvarez, M., Bernal, C., Daz, M., Gonzalez, C., Galindo, O., & Villegas, A. (2011). *Administración por calidad*. Colombia: Alfaomega Colombiana.
- Alonso, D. M. (2018). *Conexionesan*. Recuperado el 23 de junio de 2019, de Conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-mapa-de-procesos-de-la-organizacion/>
- Attia, E. (2014). *Manual MSD*. Recuperado el 23 de junio de 2019, de Manual MSD: <https://www.msmanuals.com/es-ec/hogar/trastornos-de-la-salud-mental/trastornos-de-la-conducta-alimentaria/trastorno-por-evitación-restricción-de-la-ingesta-de-alimentos>
- Consultores, A. (s.f.). Recuperado el 23 de junio de 2019
- debitoor.es. (2019). *¿Qué es un cliente?* Obtenido de <https://debitoor.es>: <https://debitoor.es/glosario/cliente>
- educacion.navarra. (2008). *¿Qué es un plan de mejora*. Obtenido de <https://www.educacion.navarra.es>: https://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57761/Que%20es_un_plan_de_mejora.pdf/c300e8bc-1606-40c0-8a20-22ce1895bc04
- Evelyn Attia. (2014). *Trastorno por evitación/restricción de la ingesta de alimentos*. Obtenido de <https://www.msmanuals.com>: <https://www.msmanuals.com/es/hogar/trastornos-de-la-salud-mental/trastornos->

de-la-conducta-alimentaria/trastorno-por-evitaci%C3%B3n-restricci%C3%B3n-de-la-ingesta-de-alimentos

Garza, M. (2019). *Administración Primer Parcial*. Obtenido de <https://quizlet.com>:

<https://quizlet.com/121706400/administracion-primer-parcial-flash-cards/>

Gomez , D., Tobar, T., & Toapanta, G. (2015). *ISEÑO DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO TURÍSTICO HACIA EL APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES Y SOCIALES DE LA COMUNIDAD LA TOGLLA - PARROQUIA GUANGOPOLO*". Quito: Universidad Politecnica Salesiana.

Macias, C. (30 de marzo de 2016). *Capacitación y desarrollo personal*. Obtenido de

<https://www.utel.edu.mx>: <https://www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/capacitacion-y-desarrollo-personal/>

Martín, J. (10 de Junio de 2019). *Claves para hacer un buen DAFO (o FODA)*. Obtenido

de <https://www.cerem.es>: <https://www.cerem.es/blog/claves-para-hacer-un-buen-dafo-o-foda>

Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresade publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 181-209.

Pepper, S. (05 de Mayo de 2011). *Definición de gestión por procesos*. Obtenido de

<https://www.medwave.cl>:

<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES03-A/5032?ver=sindiseno>

Ramírez, A. V. (2017). *PLAN DE MEJORA EN LA APLICACIÓN DE LOS PROCESOS EXISTENTES PARA EL SERVICIO AL CLIENTE, EN EL ÁREA DE FRONT DESK DEL HOTEL WYNDHAM GUAYAQUIL*. Quito: UDLA.

Significados.com. (16 de Febrero de 2017). *Significado de Encuesta*. Obtenido de

<https://www.significados.com>: <https://www.significados.com/encuesta/>

Thompson, I. (Enero de 2008). *Definición de Eficiencia*. Obtenido de

<https://webcache.googleusercontent.com>:

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BehuiuTz8CIJ:https://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-d>

Anexos

Anexo 1

Encuesta realizada al Departamento de Ventas de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Por favor marque con una X la respuesta que considere apropiada.

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

Si

No

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del departamento?

Si

No

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

Si

No

4.- ¿Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

Si

No

Porqué?.....

5.-¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

Comunicación	<input type="checkbox"/>
Trabajo en equipo	<input type="checkbox"/>
Inducción y entrenamiento al nuevo personal	<input type="checkbox"/>
Capacitación	<input type="checkbox"/>

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

Ambiente no adecuado	<input type="checkbox"/>
Exceso de trabajo	<input type="checkbox"/>
Sueldo no adecuado	<input type="checkbox"/>
Choques de personalidad	<input type="checkbox"/>
Otros.....	
.....	

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

Aceptada	<input type="checkbox"/>
Rechazada	<input type="checkbox"/>
Aplicada parcialmente	<input type="checkbox"/>
En espera de respuesta	<input type="checkbox"/>

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

Media

Pésima

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?

Excelente

Buena

Mala

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

Reservas no confirmadas

Files no devueltos

Información incompleta

13.-¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

Choques de personalidad

Ambiente no adecuado

Mala comunicación

Falta de profesionalismo

Anexo 2

Encuesta realizada a los pasajeros de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Por favor marque con una X la respuesta que considere apropiada.

1.- ¿Qué es lo que considera con mayor valor a la hora de elegir una agencia de viajes?

Variedad de servicios ofertados

Precio

Regalos promocionales

Experiencias anteriores

Servicio al cliente

Otros, especifique.....

2.- ¿Cómo califica la calidad de nuestro servicio?

No es de buena calidad

No superó las expectativas

Se puede recomendar por su calidad

Es de excelente calidad

3.- ¿Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa Andean Travel Company?

Si

No

4.- ¿Cree usted que el personal de la empresa, tiene el conocimiento adecuado para brindar información?

Si

No

5.-¿En cuanto al servicio en el itinerario como califica a cada uno de los criterios?

(E)Excelente (B) Bueno (P) Pésimo

Información proporcionada

Reserva de transporte

Reserva de hotel

Profesionalismo del guía

6.-¿Cuál es su tipo de alojamiento preferido?

Hotel

Boutique Hotel

Hostal

7.-¿Cree usted que la empresa da una solución cuando existe una queja?

Si

No

8.- Si la respuesta a la anterior pregunta fue SI, es porque la solución a su queja duró entre:

1 a 3 horas

3 a 6 horas

24 a 48 horas

más de 48 horas

9.- ¿Cuáles han sido los inconvenientes que ha tenido en su itinerario?

El servicio de transfer no llevo

Restricciones alimentarias no fueron tomadas en cuenta

Alojamiento inadecuado

Ticket aéreo mal emitido

Información inapropiada

Documentos de viajes no recibidos o incompletos

10.- ¿Cree usted que la atención recibida por parte del personal en cuanto a cordialidad y amabilidad fue?

Excelente

Buena

Regular

Malo

11.- ¿Estaría dispuesto a realizar otro viaje programado con la empresa?

Si

No

Porqué?.....

.....

.....

12- ¿Recomendaría la agencia de viajes a amigos, familiares y conocidos?

Si

No

Porqué?.....

.....

.....

Anexo 3
Encuesta realizada a las agencias que compran servicios la empresa Andean Travel
Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Por favor marque con una X la respuesta que considere apropiada.

1.-¿Cuál es el nivel de satisfacción sobre el servicio recibido?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

2.-¿Nuestro cumplimiento con respecto a sus expectativas fueron?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

3.-¿El nivel de profesionalismo de nuestros agentes de viajes es?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

4.-¿La calidad de atención recibida antes, durante y después de viaje fue?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5.-¿Cómo evaluaría la calidad del servicio de nuestra agencia desde el principio hasta el final?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

6.-¿Cree que nuestra página web es fácil de navegar?

Si

No

Porqué?.....

.....

7.-¿Cree que todo lo que se oferta en la página web se ajusta a la realidad con respecto a los programas?

Si

No

Porqué?.....

.....

8.-¿Cree que el precio de cada tour ofrecido corresponde a la calidad del servicio?

Si

No

Porqué?.....

.....

9.-¿Pensaría elegir nuestra agencia de viaje otra vez en un futuro?

Si

No

Tal vez

10.-¿Nos recomendaría con otras personas?

Si

No

Porqué?.....

.....

11.- ¿Las quejas que han existido de sus pasajeros han sido por lo siguiente?

Servicios no prestados

Impuntualidad de transporte o guía

Calidad del alojamiento no fue la adecuada

Anexo 4

Encuesta realizada a los proveedores de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Por favor marque con una X la respuesta que considere apropiada.

1.-¿Cree usted que la empresa cumple con el contrato establecido?

Si

No

2.-¿Las reservaciones son claras y fácilmente identificables?

Siempre

Pocas veces

Nunca

3.-¿El Departamento de Operaciones da una respuesta rápida a las necesidades y problemas con las reservaciones?

Si

No

4.-¿Cree usted que los servicios que ofrece a la empresa se adaptan a sus necesidades?

Si

No

5.-¿Cómo calificaría a la empresa con respecto a la calidad de trato que recibe?

Excelente

Buena

Mala

6.-¿Crees usted que el personal del Departamento de Operaciones cumple con los parámetros establecidos al momento de reservar un servicio?

Si

No

Porqué?.....

.....

Anexo 5

Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

.....
.....
.....

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

.....
.....
.....

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estratégicas?

.....
.....
.....

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

.....
.....
.....

5.-¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

.....
.....
.....

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

.....
.....
.....

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

.....
.....
.....

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

.....
.....
.....

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

.....
.....
.....

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

.....
.....
.....

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

.....
.....
.....

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

.....
.....
.....

13.-¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

.....
.....
.....

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

.....
.....
.....

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

.....
.....
.....

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

.....
.....
.....

Anexo 6

Entrevista realizada a directivos de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.-¿Con que frecuencia se aplican estrategias de Calidad y Servicio al Cliente dentro de la empresa?

.....
.....
.....

2.- ¿Existe reuniones periódicas del equipo para solucionar problemas y lograr una mejora continua y sustentable?

.....
.....
.....

3.- ¿Si tiene reuniones periódicas con el equipo, cada que tiempo las realiza?

.....
.....
.....

4.- ¿De no existir este tipo de reuniones con el equipo, cada que tiempo estaría dispuesto a realizarlas?

.....
.....
.....

5.- ¿Ha definido claramente las responsabilidades de cada empleado con respecto a los objetivos empresariales?

.....
.....
.....

6.- ¿Ha realizado un plan de capacitación al personal?

.....
.....
.....

7.- ¿Generalmente, cree usted que se puede mejorar la calidad del servicio que ofrece la empresa?

.....
.....

Como cree que lo lograría?.....

.....

8.- ¿Para mejorar la atención o calidad en el servicio, que estrategias concretas cree usted que se deben realizar?

.....
.....
.....

9.- ¿La capacitación al personal, es indispensable para el mejor rendimiento, estaría usted dispuesto a ofrecer capacitaciones en referencia a las responsabilidades, cargos y cambios dentro del departamento y en qué tiempo?

.....
.....
.....

Anexo 7

Entrevista realizada al Departamento de Contabilidad de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

.....

2.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

.....

3.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

.....

4.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

.....

5.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

.....
.....
.....

6. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

.....
.....
.....

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

.....
.....
.....

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

.....
.....
.....

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

.....
.....
.....

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?

.....
.....
.....

12.-¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

.....
.....
.....

13.-¿El retraso con los pagos a los proveedores se da por?

.....
.....
.....

14.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

.....
.....
.....

Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

..No... están... distribuidos... correctamente..., ya... que... el... trabajo...
..es... repetitivo.....

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

..No... es... clara..., debido... a... la... falta... de... conocimiento... son...
..respecto... al... ausencia... de... una... autorización.....

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

..No... hay... reuniones..., solo... en... caso... de... problemas... se... aplica
..una... nueva... estrategia.....

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

..Se... trata... de... manejarlo... pero... no... es... posible... ya... que...
..tienen... muchas... fallos... antes... del... proceso... operacional.....

5.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

..Por... falta... de... comunicación... y... de... la... poca... importancia...
..a... los... problemas.....

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

... Falta de comunicación...

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

... No es posible participar en ningún cambio...

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

... Si, pero son tomadas con poca importancia...

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

... No es posible llevarlas a cabo porque se sienten cómodos con los procesos ya establecidos...

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

... Es buena...

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

... Es poco factible ya que el departamento de ventas está conformado por personal de casi nada de experiencia en ventas...

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

... falta de disponibilidad, poca visión de los servicios
Tarifas mal negociadas que se necesitan
rutas mal elaboradas...

13.-¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

... Mala cotización de los rates
 ... Poco conocimiento de los productos que venden
 ... Poco conocimiento de los procesos internos

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

... Problemas de internet
 ... Son proveedores poco conocidos

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

... Tiene mejoras afectas para la venta de sus servicios
 ... Mal manejo de las instalaciones, desprecios
 ... Personal de poca calidad

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

... Competencia desleal
 ... Tarifas poco competitivas

Paulina RIVERA

Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

Si creo que los procesos se encuentran distribuidos correctamente.

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

Si conozco como proceder.

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estratégicas?

No tenemos reuniones frecuentes

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

Si creo

5.-¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

Por falta de comunicación

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

La comunicación entre departamentos

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

No

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

No

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

No presente ninguna propuesta

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

Trabajos mas duro como departamento

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

Un poco clara

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

Que no esta hecha la reserva

13.-¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

No pasan la información adecuada de las ventas y reservas

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

No enviar la reserva inmediatamente después de la venta

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

El proveedor si cumple con el contrato

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

El no enviar correcta la información



[Handwritten signature]

Anexo 5
Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

Considero que no.

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

Si conozco, lo que no es abto es la aprobación de evoluciones de dinero

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

No hay reuniones frecuentes

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

Si creo.

5.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

Comunicación y apoyo entre compañeros, conocimiento claro de que funciones realiza cada compañero

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

La definición de funciones

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

No

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

Si

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

Vamos a evaluar

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

La reacción es de mas responsabilidad.

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

Positiva

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

No e tenido problemas

13.-¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

1.- Falta de ingreso de informaci3n

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

Porque no entienden la confirmaci3n que se genera del sistema.

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

Con las tarifas existe un poco de dificultad.

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

Que la comunicaci3n es variable, y que es la mejor la informaci3n se distorsiona.

Juarez

Anexo 5

Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

Si, sin embargo se podría realizar una reestructuración.

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

Si.

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

Generalmente sobre todo cuando se presentan inconvenientes o errores.

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

Si, pero se podría mejorar.

5.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

Por falta de medios mandos (Team leader)

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?
... la comunicación interna y externa.

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

... Actualmente no.

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

... No se ha presentado la oportunidad.

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

... No aplica.

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

... Reclutamiento de personal y reestructuración por departamentos.

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

... Regular, existen algunos inconvenientes en especial en cuestión comunicación.

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

... No se encuentran los bloqueos o el proveedor no los tienen.

13.-¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

- Comunicación deficiente.
- Claridad en el paso de información (no es precisa)
- Inconsistencias en la logística.

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

- No se entrega con tiempo los files de grupos.

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. ¿Cuáles son los principales motivos?

- Tipo de proveedor (informalidad)
- Falta de contratos o convenios.

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

- La información pasa por varios files y en algunos casos se pierden detalles claves para la operación.

Chana Rios

Anexo 5

Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

.....
 No están correctamente distribuidos

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

.....
 Si los conozco la mayoría pero no completos

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

.....
 no

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

.....
 no es excelente y podría llegar a serlo

5.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

.....
 Trabajo en equipo

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

Definición funciones

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

no

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

no

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

no he presentado

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

horas extras de trabajo

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

Por inconvenientes por los procesos que no se cumplen.

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

falta desglose en el sistema

13.-¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

Servicios mal solicitados

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

Información incompleta

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. ¿Cuáles son los principales motivos?

Mejores ofertas

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

Disposición del personal con información


Dreyo Herrera

Anexo 5

Entrevista realizada al Departamento de Operaciones de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

No lo están

2.- ¿Conoce de manera clara cómo debe proceder si ocurre algún problema con algún pasajero y no se encuentra la persona indicada del área?

no están claros en todo el proceso.

3.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

no.

4.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

Es bueno.

5.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

comunicación y trabajo en equipo.

6.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

falta personal, equilibrio carga trabajo

7. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

no

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

si

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

será analizada, pero no está aplicada

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

Falta de tiempo para culminar el trabajo

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Ventas?

Regular ya que existen falencias.

12.-¿En la confirmación de las reservaciones ha existido problemas; tales como?

Disponibilidad e información incompleta

13.-¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Ventas?

Programas e información incompleta

14.-¿El retraso en las confirmaciones a los proveedores se da por?

Información y tarifas incompletas.

15.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. ¿Cuáles son los principales motivos?

Omitir detalles o confusión de la reserva

16.-¿Cuáles cree usted que son los inconvenientes más frecuentes con las agencias que se trabaja?

Comunicación no es eficiente

Jacob

Anexo 6

Entrevista realizada a directivos de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.- ¿Con que frecuencia se aplican estrategias de Calidad y Servicio al Cliente dentro de la empresa?

NO hay plan.
1 vez al año con inspecciones.

2.- ¿Existe reuniones periódicas del equipo para solucionar problemas y lograr una mejora continua y sustentable?

No continuas
Reuniones 1 vez al año

3.- ¿Si tiene reuniones periódicas con el equipo, cada que tiempo las realiza?

1 vez año

4.- ¿De no existir este tipo de reuniones con el equipo, cada que tiempo estaría dispuesto a realizarlas?

reuniones trimestrales

5.- ¿Ha definido claramente las responsabilidades de cada empleado con respecto a los objetivos empresariales?

los funciones estan definidas segun los objetivos empresariales, satisfaccion del cliente - servicio de calidad.

6.- ¿Ha realizado un plan de capacitación al personal?

Se ha realizado con el personal de ventas.
mientras operaciones no se ha realizado

7.- ¿Generalmente, cree usted que se puede mejorar la calidad del servicio que ofrece la empresa?

Si, siempre

Como cree que lo lograría?

8.- ¿Para mejorar la atención o calidad en el servicio, que estrategias concretas cree usted que se deben realizar?

Más capacitaciones al personal, seguimiento de clientes y control de productos

9.- ¿La capacitación al personal, es indispensable para el mejor rendimiento, estaría usted dispuesto a ofrecer capacitaciones en referencia a las responsabilidades, cargos y cambios dentro del departamento y en qué tiempo?

Si, por supuesto.
depende la capacitación, mínimo 2 por año.


Verónica Drobán
1715573403

Anexo 7

Entrevista realizada al Departamento de Contabilidad de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el Departamento de Operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo más claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

... Si

2.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estratégicas?

... NO

3.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

... Si

4.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

... comunicación

5.- ¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

comunicación

6. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

no

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

no

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

no he presentado propuestas

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

Quedarse más horas de las establecidas

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?

Buena

12.- ¿Señale cuáles son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

Pagos con proveedores, e últimos minutos con servicios como

13.- ¿El retraso con los pagos a los proveedores se da por?

Aprobación de pagos

14.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. ¿Cuáles son los principales motivos?

solicitud de pagos a tiempo.



Anexo 7
Entrevista realizada al Departamento de Contabilidad de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

SI

2.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

NO

3.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

SI

4.- ¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

COMUNICACIÓN

CAPACITACIONES

5.- ¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

NO EXISTE BUENA COMUNICACIÓN ENTRE DEPARTAMENTOS

TODOS

6. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

SI

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

SI

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

SE TENDRÍA QUE ANALIZAR LOS POSIBLES CAMBIOS, YA QUE LOS PROCESOS ESTÁN ESTABLECIDOS.

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

FRUSTRACIÓN POR FALTA DE TIEMPO PARA CUMPLIR TODOS LOS PROCESOS.

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?

BUENA.

12.-¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

PAGOS ÚLTIMO MINUTO.

13.-¿El retraso con los pagos a los proveedores se da por?

NO SE ENTREGAN FACTURAS A TIEMPO
APROBACIÓN DE PAGOS.

14.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

Solicita pagos a tiempo, pero no envía facturas originales y la modificación de tarifas.

ely

Anexo 7
Entrevista realizada al Departamento de Contabilidad de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

No, la identificación de actividades por sector de trabajo es deficiente, se necesita un análisis minucioso de los cargos de trabajo

2.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

A menudo existe la necesidad de dar a conocer los problemas, las reuniones para los correctivos son de manera escasa

3.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

No, aun no se ha llegado a un nivel de excelencia, lo cual implica que aun no se cumple a las expectativas de los clientes

4.-¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

1. La empresa desconoce lo que el cliente espera de la misma
2. El rendimiento de la empresa no responde a las promesas de servicio
3. No se cumple los estándares de prestación de servicios
4. No se dispone de diseños, procesos o sistemas de servicio adecuados

5.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

- * Trabajo en equipo
- * Comunicación con los demás departamentos
- * Desconocimiento del FODA

6. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

No, la intervención implica solamente a los jefes inmediatos superiores, supervisores.

8. ¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

Sí, con intenciones que promuevan cualquier los procesos para que todo funcione de una mejor manera y ahorre tiempos.

9. Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

Aceptación de las estrategias con un periodo de prueba para evaluar los mejores resultados.

10. ¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

Prolongación de horarios de trabajo, contratación de más personal, colaboración con funciones de otros compañeros.

11. ¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?

Disfuncional, existe vicio de comunicación con excesos improductivos que no permite un correcto funcionamiento.

12. ¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

* Existen procesos que Operaciones modifica, cambia, elimina y no los comunica con otros departamentos.

13. ¿El retraso con los pagos a los proveedores se da por?

Se da por que el mando para dar autorización a pagos solo lo ejerce una única persona, al no presentarse la misma en trabajar no existe ninguna otra persona autorizada para ejecutarlo.

14.-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son los principales motivos?

- + Irresponsabilidad del proveedor.....
- * Falta de liquidez de su negocio.....
- + Desconocimiento de políticas de cobro.....



Anexo 7
Entrevista realizada al Departamento de Contabilidad de la empresa Andean Travel Company



Objetivo: Elaborar un plan de mejora en el área de operaciones con respecto a los procesos que permitan optimizar los recursos de manera eficaz.

INSTRUCCIONES: Sus respuestas sean lo mas claras y precisas

1.- ¿Considera usted que los procesos establecidos dentro de su departamento se encuentran distribuidos correctamente?

Si están establecidos de acuerdo a las funciones que desarrollan en cada área.

2.- ¿Tiene reuniones con frecuencia con el jefe inmediato para la corrección de errores y aplicación de estrategias?

Constantemente se revisan los comprobantes y mensualmente cuentas por lo que se aplican correcciones a tiempo.

3.- Cree usted que la empresa maneja un servicio de calidad?

Si.

4.-¿Por qué cree usted que existe deficiencia dentro del departamento; por falta de?

Deficiencia no sería la palabra correcta lo que existe es un incremento en el volumen de información que se debe registrar y procesar y lo cual implica mas tiempo.

5.-¿Cuál cree usted que es una de las mayores dificultades dentro de la empresa?

La falta de personal ya que ciertas áreas están con mucho trabajo y no logran igualarse y ponerse al día.

6. ¿Usted participa en el análisis de posibles cambios previo a la inclusión de los procesos en el departamento?

Se coordina dentro del departamento los procesos en cada función.

8.-¿Ha presentado propuestas de mejora del proceso?

Los procesos básicamente se a los correctos

9.-Si ha presentado propuestas de mejora del proceso. ¿Cuál ha sido la respuesta de su inmediato superior?

Las ideas nuevas son bien recibidas y se tratan de implementar en cada actividad

10.-¿Cuál es la reacción del departamento, frente a la demanda de la clientela?

El departamento esta conciente del crecimiento de clientes y por consecuencia del trabajo

11.-¿Cómo es la comunicación con el Departamento de Operaciones?

La persona encargada de facturas proveedores constantemente esta comunicandose con operaciones

12.-¿Señale cuales son las dificultades que tiene con frecuencia con el Departamento de Operaciones?

1. Los valores no son fijados adecuadamente y hay variación en los valores
2. No se registra todas las actividades a tiempo

13.-¿El retraso con los pagos a los proveedores se da por?

Por que aparecen proveedores que debian ser cancelados y no estan en el sistema

14-¿Crees usted que el proveedor no cumple con su contrato establecido. Cuáles son las principales motivos?

Existen proveedores que no envían la documentación a tiempo

W