



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO



PLAN DE MEJORA DE CALIDAD EN LA CADENA DE SERVICIO DE LA
EMPRESA DE EVENTOS MANSIÓN DEL DEÁN, UBICADO EN
SANGOLQUÍ, PROVINCIA DE PICHINCHA.



AUTOR

Richard Miguel Maldonado Olmedo

AÑO

2020



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

**PLAN DE MEJORA DE CALIDAD EN LA CADENA DE SERVICIO DE LA
EMPRESA DE EVENTOS MANSIÓN DEL DEÁN, UBICADO EN
SANGOLQUÍ, PROVINCIA DE PICHINCHA.**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en administración de
empresas turísticas y hoteleras.**

Profesor guía

Gabriela Alexandra Salas Mantilla

Autor

Richard Miguel Maldonado Olmedo

AÑO

2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo, plan de mejora de calidad en la cadena del servicio de la empresa de eventos Mansión del Deán, ubicado en Sangolquí, provincia de Pichincha, a través de reuniones periódicas con el estudiante Richard Miguel Maldonado Olmedo, en el semestre 2020-10, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



Gabriela Salas Mantilla
Coordinadora de Estudiantes
C.I. 1002575734

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, plan de mejora de calidad en la cadena del servicio de la empresa de eventos Mansión del Deán, ubicado en Sangolquí, provincia de Pichincha, de Richard Miguel Maldonado Olmedo, en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Agurtzane Goyarzu de la Serna', written in a cursive style.

Agurtzane Goyarzu de la Serna

C.I. 1754521050

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Richard Miguel Maldonado Olmedo', with a large, stylized flourish above the name.

Richard Miguel Maldonado Olmedo

C.I. 1725720807

AGRADECIMENTOS

Primeramente, quiero agradecer a Dios por guiar mi camino, a mis padres por siempre confiar en mí, apoyarme durante todo el proceso para obtener mi título, a todos los profesores que fueron parte en el proceso de enseñanza y formación académica.

DEDICATORIA

Quiero dedicar a mis padres, por estar conmigo en las buenas y en las malas, al igual que a mis hermanas por confiar en mí. Por último, me dedico esta meta más en mi vida, que llegó tarde, pero llegó con mucho esfuerzo y dedicación.

RESUMEN

El siguiente trabajo tiene como objetivo presentar un plan de mejora de calidad en la cadena del servicio de la empresa de eventos La Mansión del Deán, ubicado en Sangolquí, provincia de Pichincha.

En el primer capítulo, se desarrolla el marco teórico, el cual contiene los conceptos claves como la evolución de la calidad, conceptos sobre el servicio y su importancia, los eventos como negocio en el servicio y el valor de gestionar estándares de calidad.

El segundo capítulo se enfoca en la descripción de la cultura organizacional, la explicación de las funciones, la localización, los productos ofertados y el análisis de la competencia. Además, se procede a realizar encuestas para obtener el perfil de cliente y conocer la percepción que tienen sobre la empresa.

El tercer capítulo se orienta en el análisis de los procesos utilizando las herramientas Blueprint, distintivo SIGO – ECUADOR para la auditoría interna y el FODA.

En el cuarto capítulo, se plantean las propuestas de mejora, donde se proponen las políticas de calidad y sus objetivos, las metas y las estrategias, la definición de roles y responsabilidades entorno a la calidad, la matriz CAME, las tácticas y acciones de comunicación de la política de calidad, el mapa de procesos optimizados y la matriz de medición de indicadores.

Finalmente, en el quinto capítulo se indica la propuesta de intervención con un cronograma activo, el presupuesto a utilizarse y la forma del retorno de la inversión.

ABSTRACT

The following work aims to present a quality improvement plan in the service chain of the event company La Mansion del Deán, located in Sangolquí, Pichincha province.

The first chapter contains the theoretical framework, which includes the fundamental concepts such as the evolution of quality, conceptions about the service and its importance, events as a business in the service and the value of managing quality standards.

The organizational culture description, the explanation of the functions, the location, the products offered, and the analysis of the competition are developed in the second chapter. Besides, it proceeded to conduct surveys to obtain the client profile and learn about their perception of the company.

The third chapter focuses on the analysis of the processes using the blueprint tools, the SIGO - ECUADOR badge for internal auditing and SWOT.

In the fourth chapter, the proposals for improvement are presented, which are the quality policies and their objectives, goals, and strategies, the definition of roles and responsibilities around quality, the CAME matrix, tactics and actions of the communication quality policy, the optimized process map and the indicator measurement matrix.

Finally, in the fifth chapter, the intervention proposal is indicated with an active schedule, the budget to be used, and the form of the return on investment.

Índice

Introducción	1
Objetivos.....	2
Objetivo general:	2
Objetivos específicos:	2
Justificación	2
Métodos, técnicas e instrumentos	3
Población y muestra	5
1. Capítulo I	6
1.1. Marco teórico.....	6
2. Capítulo II – Planeación Estratégica	11
2.1. Naturaleza del Negocio.....	11
2.1.1. Ubicación.....	11
2.2. Misión, Visión y Objetivos.....	12
Misión:	12
Visión:.....	12
Objetivos empresariales:	12
2.3. Estructura organizacional	12
2.3.1. Organigrama Organizacional	12
2.3.2. Descripción de Funciones	13
2.4. Producto, servicio ofertado y precios.....	15
2.5. Análisis de competitividad BENCHMARKING	17
2.6. Análisis desde la perspectiva del cliente	18
2.6.1. Perfil del cliente del establecimiento.....	19
2.6.2. Breve análisis de las expectativas del cliente (SERVQUAL)	19
ENCUESTAS.....	20
2.7. Conclusiones de los análisis realizados.....	24
3. Capítulo III.- Análisis de Procesos	25
3.1. Descripción del área de análisis	25
3.1.1. Descripción de Funciones.	26
3.2. Mapa de procesos / Diagrama (Blueprint actual).....	27
Blueprint antes del evento.....	28

Blueprint durante el evento.	29
3.3. Descripción de los procesos del área.....	30
3.3.1. Proceso del área antes del evento:	30
3.3.2. Proceso del área durante el evento:	31
3.4. Auditoría Interna	32
3.5. Resultados relevantes del informe de auditoría interna	34
3.6. FODA.....	36
4. Capítulo IV.- Propuesta de Mejora.....	37
4.1. Política de calidad	37
4.2. Definición de roles y responsabilidades en torno a la calidad	39
4.3. CAME	41
4.4. Estrategia, tácticas y acciones de comunicación	43
4.5. Mapa de Procesos optimizado (Blueprint optimizado)	43
Blueprint Optimizado – Antes del evento	44
Blueprint Optimizado – Durante el evento.....	45
4.6. Matriz de medición de indicadores.....	46
5. Capítulo V.- Propuesta de intervención.....	47
5.1. Programación de intervención	47
5.1.1. Presupuesto de inversión	47
5.1.2. Cronograma de intervención.....	50
5.2. Estimación para la recuperación de la inversión	51
Conclusiones	54
Recomendaciones.....	55
Referencias	56
Anexos:	58

Introducción

La Mansión del Deán es una hacienda con estilo palaciego que posee una historia en la cual se mezcla verdad y leyenda con más de 200 años de vida (comunicación personal, R. Insuasti, 2019). Está ubicada en La Marquesa de Solanda 246 y Abdón Calderón en el sector de Conocoto del Deán bajo, en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha (Vanessa, 2016). Es un sitio lleno de encanto e historia, en donde se festejó el matrimonio del Mariscal Antonio José de Sucre con Doña Mariana Carcelén, conocida como la Marquesa de Solanda. Por años la Marquesa se dedicó a remodelar la hacienda original, ya que al ser considerados como la familia real brindaban las mejores fiestas de la ciudad en sus impresionantes salones (comunicación personal, V. Puente, 2019).

La Mansión del Deán, cuenta con 3.500 m² de infraestructura y piezas intocables que son patrimonio cultural de la humanidad, por lo que posee el respectivo certificado de validez. En la actualidad, la señora Rocío Insuasti es la propietaria del establecimiento, el cual, sometió a la hacienda a un proceso de restauración que le devolvió magia y elegancia a la casa solariega de antaño. La hacienda está enfocada en la realización de múltiples eventos, tales como: recepciones, matrimonios, cenas, entre otros. El establecimiento ofrece 2 salones, el principal tiene el nombre de Salón de la Marquesa con un aforo de 200 personas y el Salón de Cristal con un aforo de 70 personas R. Insuasti (comunicación personal, V. Puente, 2019).

Sin embargo, de acuerdo con la señora Insuasti, al ser una empresa que comenzó de forma empírica, los procesos no se han podido consolidar, por lo cual existe la necesidad de estandarizarlos. Considerando que existen nuevos competidores en la zona tales como: Eventos Humadi, Hacienda La Corteza y Eventos Sociales D´Clase (Google, 2019), los cuales han afectado el nivel de las ventas del establecimiento, el negocio se ha visto en la necesidad de mejorar la calidad en la cadena del servicio para competir con ventaja en el mercado de eventos sociales;

pero sobretodo, para reorientarse hacia nuevos segmentos de mercado V. Puente (comunicación personal, 2019).

Objetivos

Objetivo general:

Elaborar un plan de mejora de calidad en la cadena de servicio de la empresa de eventos Mansión del Deán, ubicado en Sangolquí, provincia de Pichincha.

Objetivos específicos:

- ✓ Determinar la situación actual del establecimiento.
- ✓ Analizar los procesos internos en la cadena de servicio del negocio.
- ✓ Establecer un plan de mejora en la cadena de servicio para el establecimiento.
- ✓ Plantear una propuesta de intervención para implementar el plan de mejoramiento de calidad.

Justificación

Todo evoluciona en el mundo corporativo, más en un momento coyuntural que obliga a innovar, flexibilizar y rentabilizar costos. La gestión y realización de eventos ha evolucionado en medios personales y técnicos, en consecuencia, requiere que se controle y se planifique de un modo minucioso su ejecución (Arrogante, 2018). Por lo que, la estandarización de procesos de calidad en la cadena de servicio de La Mansión del Deán tiene la finalidad de lograr la satisfacción de los clientes, así como de maximizar los ingresos, no solo por la fidelización de la cartera de clientes, sino para que estos generen recomendaciones positivas (comunicación personal, V. Puente, 2019). En conclusión, el propósito del proyecto es mejorar los procesos en la cadena del servicio, brindando al cliente una mejor experiencia y que sea de

calidad, para que se pueda afianzar y tener una rentabilidad óptima, llegando a obtener una fidelización de los clientes (Lima, Duarte, Araujo, y Paiva, 2014).

El presente proyecto se alinea con el “Plan Nacional Del Buen Vivir 2017-2021”: eje 1; objetivo 5, el cual dice “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera distributiva y solidaria” (SENPLADES, 2017), al que hace referencia al lineamiento de la política 5.1 que menciona sobre “Generar trabajo y empleo dignos y de calidad, incentivando al sector productivo para que aproveche las infraestructuras construidas y capacidades instaladas que le permitan incrementar la productividad y agregación de valor, para satisfacer con calidad y de manera creciente la demanda interna y desarrollar la oferta exportadora de manera estratégica” (SENPLADES, 2017). Por consiguiente, se ajusta a las líneas “de Salud y Bienestar” de la Universidad de la Américas. Así mismo, con las líneas de investigación de la Escuela de Hotelería y Turismo, con “Creación y mejora continua de empresas turísticas y/o de hospitalidad” (Universidad de la Américas, 2015).

Métodos, técnicas e instrumentos

En el presente proyecto, para el plan de mejora de calidad, se aplicará la investigación de tipo descriptivo, la misma que busca especificar propiedades y características en cualquier fenómeno que se analice; es decir, lo que se va a realizar es medir o recolectar información de manera independiente o conjunta al tema a realizarse; en este caso, sobre una mejora de calidad (Sampieri, 2014). Esta investigación se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental (Bernal, 2010).

Para la implementación en este proyecto, hay que describir cómo se encuentra el servicio en el establecimiento, cómo se encuentra la hacienda (infraestructura), la competencia y los problemas en la cadena del servicio. De esta manera se podrá exponer un plan de mejora de calidad.

El método que se aplicará es un enfoque mixto, ya que no es solo un proceso, sino que es un estudio híbrido en el que concurren diversos procesos (Sampieri, 2014). Los enfoques aplicar son el cualitativo y el cuantitativo, fundamentales para el planteamiento del problema, el diseño de investigaciones, el muestreo, la recolección de datos, los procedimientos de análisis y los resultados.

Esto nos permitirá recolectar información, analizar y vincular los resultados cualitativos y cuantitativos, puesto a que se debe evidenciar datos numéricos, visuales y textuales, para poder comprender mejor la problemática del objeto de estudio (Sampieri, 2014).

Para la recolección de datos cuantitativos se realizarán encuestas, considerando el modelo SERVQUAL, el que va a proveer de datos numéricos para determinar el perfil del cliente y conocer si la cadena de servicio en los eventos es satisfactoria. Para ello, se efectuarán 36 encuestas dirigidas a las personas que han asistido a los eventos de acuerdo al cálculo de muestra detallado en la parte inferior. Con respecto al enfoque cualitativo, se lo realizará a través de muestreo y sondeo de opinión mediante entrevistas en base a los conocimientos y pensamientos de personas con experiencia (Sampieri, 2014).

Para establecer estándares de calidad en la cadena de servicio, se debe iniciar realizando una investigación sobre las expectativas y demandas de los clientes (ISMI Institute, 2012). Los instrumentos que permitirán realizar la elaboración del plan de calidad es un mapa de procesos o Blueprint que permitirá visualizar de mejor manera el proceso e identificar qué puntos necesitan mejorar o incluir.

Finalmente, para el enfoque mixto se usarán herramientas de sistema de gestión de calidad turísticas como son Distintivo Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO - ECUADOR, la misma que es aplicable en la mejora de la calidad y permitirá brindar un servicio de excelencia antes, durante y después del evento (Ministerio de Turismo, 2016).

Población y muestra

Para la presente propuesta se tomó en cuenta a todos los sujetos de estudio con características similares y necesarias para aportar en la investigación. De esta población se extrajo unidades de muestra más específicas, que posteriormente fueron desarrolladas y analizadas (Bernal, 2010).

Para iniciar, se enfocó en la población de investigación, que en este caso fueron los clientes que solicitaron una asesoría y finalizaron con la firma de contratación del servicio de eventos desde el 1 de julio del 2018 hasta el 31 de julio de 2019; de los cuales, se registraron 56 clientes que contrataron algún servicio durante este tiempo. Debido, a que este dato no abarcaba la cantidad total de personas que asistieron, se tomó en cuenta la cantidad global de invitados que formaron parte de los eventos, dando así una base de datos más amplia.

Con estos datos históricos obtenidos en la Mansión del Deán durante este tiempo, se obtuvo que llegaron 4.196 personas a los eventos, número que ayudó a proyectar un estimado de encuestas a realizarse.

$$n = \frac{N}{e^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{4196}{(0,05 * 0,05) (4196 - 1) + 1}$$

n=	365
Sondeo de opinión 10%	36

Ecuación 1. Cálculo muestras

Tomado de: Departamento de Matemáticas UDLA (s.f.)

Por tratarse de un plan piloto, y como se indica en la ecuación, se realizó un sondeo de opinión al 10% de la muestra, dando un total de 36 encuestas a realizarse, con un margen de error del 5%.

1. Capítulo I

1.1. Marco teórico

Este proyecto tiene como finalidad, determinar un plan de mejora de calidad en la cadena del servicio para la empresa de eventos sociales Mansión del Deán, para esto hay que tener claro el concepto de calidad, y poder darle un enfoque más al servicio.

Como lo dijo una vez el filósofo George Santayana “Aquellos que no pueden recordar el pasado están condenados a repetirlo” (Evans y Lindsay, 2014). Por lo tanto, entender la historia de la calidad puede ser muy reveladora y para esto, se expone al propulsor de la calidad total, William Edwards Deming, conocido como el padre de la calidad, sus trabajos propulsaron la industria y la economía japonesa, ya que se encontraba en crisis después de la segunda guerra mundial. Después de treinta años regresa a Estados Unidos (1980), para aplicar sus 14 principios fundamentales para la gestión y transformación de la eficacia empresarial, los cuales son: constancia, nueva filosofía, inspección, compras, mejora continua, entrenamiento, liderazgo, el miedo, barreras, slogans, cuotas, logros personales, capacitación y transformación (Adler y Shper, 2015).

La calidad se puede considerar como la búsqueda continua de la perfección, en donde los procesos tienen como centro al hombre y a partir del cual se construyen productos y servicios que le llevarán a satisfacer deseos, expectativas y necesidades dentro un marco razonable (Vargas y Vega, 2014). Para esto, el hombre cuenta con principios que se apoyan en la voluntad y en la ejemplaridad de la gestión, la cohesión de todo el personal y la mejora continua de procesos, articulado a los grandes propósitos organizacionales y a los ceros que conducen a la excelencia: cero stocks, cero errores, cero papeleos inútiles, cero colas, cero daños (Vargas y Vega, 2014).

Philip Crosby, pionero en contribuciones acerca de las teorías y prácticas de gestión de calidad, popularizó este punto de vista en su libro *Quality Is Free*. Crosby afirma que la calidad no sólo es gratis, la calidad es creadora de ganancias honestas. Cada centavo que no se gaste en hacer mal las cosas, se convierte en la mitad de un centavo justo en el resultado final. En estos días, en donde, “quién sabe qué le sucederá a nuestro negocio mañana,” no quedan muchas formas de hacer una mejora en las ganancias. El efecto neto de la calidad mejorada del diseño y la conformidad es un incremento en las ganancias (Evans y Lindsay, 2014). Cabe afirmar que la calidad es un factor de progreso, que tiene como centro a la persona, y en donde se busca la perfección. Así, la calidad permite desarrollar estrategias orientadas al cliente, crear alianzas y redes de desarrollo productivo, eficaz, ágil y flexible; así como también, motivar al emprendimiento de nuevos proyectos (Vargas y Vega, 2014).

La calidad, al igual que el servicio, ha estado siempre presente desde el inicio de la vida del hombre. Para esto, finales del siglo XX e inicios del siglo XXI, se puede observar un crecimiento en el tercer sector de la economía, sector el cual se encuentra entre el público y el privado. Este sector se caracteriza por ser el más heterogéneo de la actividad económica ya que está compuesto fundamentalmente por entidades sin ánimo de lucro. De igual forma, es importante anotar la preocupación de las organizaciones en la mayoría de los países por entender el verdadero sentido del concepto de servicio, buscando no solo una ventaja competitiva sino una forma de transformar a las personas, a los procesos y a las empresas en su totalidad para su desarrollo (Evans y Lindsay, 2014).

El enfoque en el cliente es un requerimiento clave de la ISO 9000: 2000. Por ejemplo, en la sección “Responsabilidad de la Gerencia” o “Management Responsibility,” un requisito señala: “La alta gerencia se asegurará de identificar los requerimientos del cliente y que se cumpla con el objetivo de mejorar su satisfacción.” Esto pone la responsabilidad de la atención al cliente en el liderazgo ejecutivo. En la sección “Realización del Producto” o

“Product Realization,” los estándares exigen que la organización determine las necesidades del cliente, incluyendo actividades de entrega y posteriores a ésta. Además, la organización debe establecer procedimientos para comunicarse con los clientes sobre información del producto y otras consultas, y obtener retroalimentación, entre las que se encuentran las quejas. En las secciones “Medición” o “Measurement,” “Análisis” o “Analysis” y “Mejoramiento” o “Improvement,” los estándares requieren que la corporación supervise las percepciones del cliente respecto al cumplimiento o no de sus requerimientos por parte de la organización; es decir, su satisfacción (Evans y Lindsay, 2014).

Muchas organizaciones de servicios, como aerolíneas, bancos y hoteles tienen métodos de calidad bien desarrollados. Estos sistemas comienzan con un compromiso con el cliente (Evans y Lindsay, 2014); para lo cual, las empresas están comprometidas en brindar un servicio óptimo y de calidad. Otro ejemplo de organización de servicios, son los eventos corporativos y los eventos sociales; éstos últimos abarcan aniversarios, cumpleaños, bodas, fiestas infantiles y eventos en general.

La palabra evento, del latín *eventus*, significa acontecimiento, suceso, eventualidad. Un evento es una reunión de personas con un motivo en particular. Los eventos sociales tienen como objetivo la diversión. Por lo contrario, los eventos corporativos tienen como objetivo la vinculación para la negociación, la incentivación, la capacitación y el trabajo con otros (Arroyo y Morueco, 2013).

Tradicionalmente, los eventos se han tomado en cuenta en las relaciones públicas, exclusivamente, por su consideración instrumental, ocupando un lugar de honor como “medios o instrumentos demostrativos.” Así, cuando se hablaba de inauguraciones, aniversarios, exposiciones, ferias, visitas, espectáculos, exhibiciones deportivas, banquetes, congresos y otras actuaciones de carácter especial (ceremonias de carácter público o privado), representaban la posibilidad

de generar noticia y su tratamiento no iba más allá de una mera descripción casuística (Alvarado, 2017).

Se pueden tener distintas clases de clasificación de eventos, una de ellas es la complejidad en la organización de los mismos. Existen más clasificaciones de los eventos, como son: religiosos, militares, políticos, etc.; cada uno de ellos, se rigen por determinadas características. En este caso, y debido al giro del negocio del establecimiento en análisis, el enfoque será en eventos sociales. La clasificación en función de la nacionalización se clasifica en nacional y social, ya que afecta al país de origen; es decir, es realizado en el interior del país. Por ejemplo: bodas, cumpleaños, nacimientos. La clasificación en función de la externalización es un tipo de evento interno que se organiza dentro del seno de la propia empresa con proveedores externos (Arroyo y Morueco, 2013).

Por lo cual, en el mercado varias empresas que se dedican, exclusivamente, a la organización de eventos. Es necesario, que el profesional a cargo del evento dentro de la organización conozca determinados aspectos que le permitan organizar, gestionar y supervisar los procesos, debido a que no es conveniente confiar únicamente en el criterio de la empresa organizadora, ya que se pueden cometer errores importantes de planificación, expectativas y organizacionales (Arroyo y Morueco, 2013).

Es imprescindible que los eventos se los realice con todas las normas de calidad, para esto hay que tomar en cuenta algunos de los principales modelos que se han desarrollado alrededor de los autores de calidad, el servicio y la calidad en el servicio (Vargas y Vega, 2014).

Por consiguiente, una de las certificaciones utilizadas en el Distrito Metropolitano de Quito es el distintivo Sistema Inicial de Gestión Organizacional SIGO - ECUADOR, con el que cuentan los establecimientos que cumplen ciertos estándares y normas ambientales, sociales y empresariales. Los establecimientos turísticos que han

implementado sistemas de gestión de turismo sostenible y de calidad ofrecen a los turistas un servicio de primer nivel (Quito Turismo, 2014).

El enfoque de las normas ISO 9001 se basa en la gestión por procesos; en donde, la organización comprende los requerimientos del cliente y su cumplimiento con el fin de que los procesos aporten valor y se obtengan resultados de desempeño. Los procesos deben estar estructurados en el marco de planificar-hacer-verificar-actuar (PHVA). El objetivo de este modelo es analizar la calidad percibida, las expectativas del cliente, sus quejas, su fidelidad y el valor percibido (Vargas y Vega, 2014).

Por otro lado, el modelo SERVQUAL (Service Quality), denominado como el modelo de las brechas, presenta a la calidad en el servicio como un patrón multidimensional. Por este motivo, se debe examinar la relación que se da entre la calidad del servicio que percibe el cliente y los factores que la determinan (Vargas y Vega, 2014).

Como elemento fundamental para el seguimiento y monitoreo de un modelo de calidad en el servicio se encuentra la auditoría del Sistema de Gestión de Calidad y del servicio. Su objetivo principal es escuchar la voz de los clientes en forma periódica y permanente; además, proyectar las necesidades y expectativas al evaluar los índices de satisfacción y compararlos con los índices de la competencia. La auditoría del SGC (Sistema de Gestión de Calidad), se considera como una herramienta de evaluación sistemática que permite ver la eficiencia de una unidad estratégica (UE), de un proceso de calidad, de servicio, de calidad en el servicio o de una función de servicio, a partir de unos patrones establecidos (Vargas y Vega, 2014).

Al hablar de los indicadores de gestión, se entiende que medir es comparar un resultado con un estándar preestablecido, para eliminar incertidumbre en las organizaciones. Hay que tener en cuenta las variables cualitativas y cuantitativas ya que permiten observar situaciones y tendencias de cambio que se producen en el fenómeno observado, en los atributos del producto en proceso o en el producto o servicio en sí, respecto a las metas esperadas (Vargas y Vega, 2014).

2. Capítulo II – Planeación Estratégica

2.1. Naturaleza del Negocio

La Mansión del Deán, una hacienda y hogar con estilo palaciego donde se realizó la boda del Mariscal Antonio José de Sucre con su esposa la señora Doña Mariana Carcelén conocida como la Marquesa de Solanda, cuenta con más de 200 años de antigüedad. Está compuesta con 3.500 m² de infraestructura, un jardín acorde a la época, canchas deportivas y amplios parqueaderos. Cuenta con dos salones principales, el primero el Salón de la Marquesa que tiene una capacidad para 200 personas y el Salón de Cristal con una capacidad para 70 personas. Este establecimiento, realiza varios tipos de eventos sociales como matrimonios, cumpleaños, quince años, grados, renovación de votos, entre otros (La Mansión del Deán, 2019).

2.1.1. Ubicación

La hacienda Mansión del Deán, está ubicada en La Marquesa de Solanda 246 y Abdón Calderón en el sector de Conocoto del Deán Bajo, Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha (Vanessa, 2016).

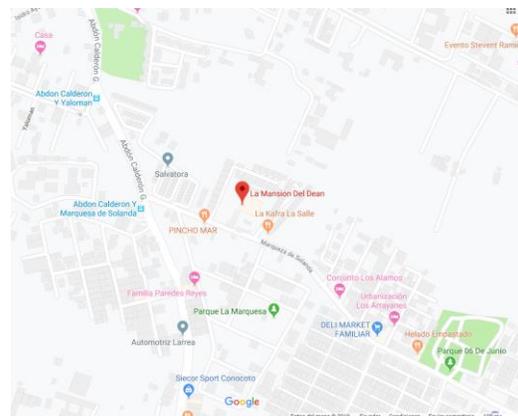


Figura 1. Ubicación Hacienda La Mansión del Deán.

Tomado de: (Tomado de Google Maps, 2019).

2.2. Misión, Visión y Objetivos.

Misión:

Cumplir los sueños y las más altas expectativas de nuestros clientes, creando eventos espectaculares. Brindar un servicio de calidad y personalización, dando a nuestros clientes una asesoría completa y personalizada de acuerdo a sus gustos, preferencias y sueños, ofrecer la más alta gastronomía, decoración en tendencia y todos los servicios que un evento perfecto lo requiere (comunicación personal, V. Puente, 2019).

Visión:

Ser la empresa líder en organización y producción de eventos en Quito y a futuro a nivel nacional. Ser la primera empresa que busquen nuestros clientes cuando piensen en realizar un evento (comunicación personal, V. Puente, 2019)

Objetivos empresariales:

Según Vanessa Puente, administradora de la empresa de eventos La Mansión del Deán, comunicó que no cuentan con objetivos empresariales, ya que por motivos personales de la propietaria no se los han podido crear.

2.3. Estructura organizacional

2.3.1. Organigrama Organizacional

La estructura organizacional en la Mansión del Deán está compuesta en forma vertical, resaltando la jerarquía en las diferentes áreas. Para lo cual, las funciones designadas antes, durante y después del evento están claramente asignadas. Cabe

recalcar, que una gran parte del personal es eventual, los mismos que son solicitados dependiendo de la magnitud del evento.

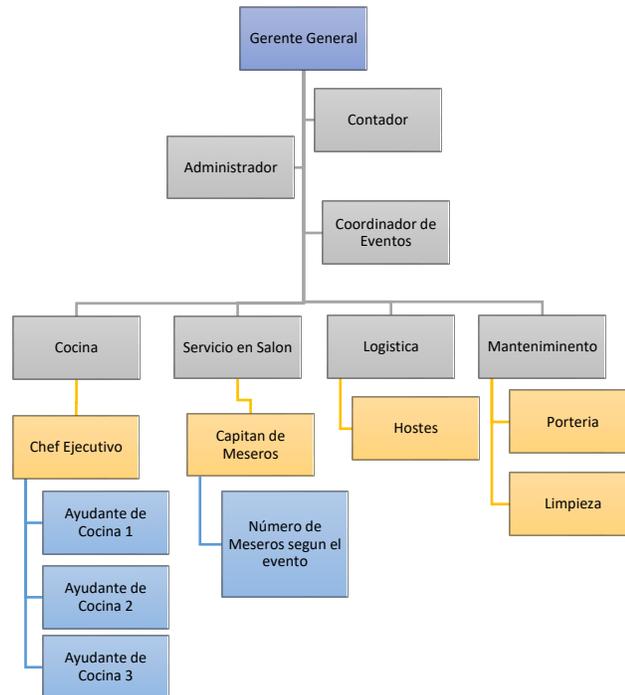


Figura 2. Estructura organizacional.

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Insuasti, 2019).

2.3.2. Descripción de Funciones

En la siguiente tabla se describirán las funciones según su cargo asignado en la empresa, ya sea de forma directa o indirecta.

Tabla 1. Descripción de funciones.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Toma las decisiones finales antes, durante y después de los eventos. • Maneja las finanzas de la empresa.
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Dirige al personal de la empresa. • Maneja la publicidad del establecimiento.
COORDINADOR DE EVENTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Coordina con los proveedores para el evento. • Vende paquetes a los clientes. • Contacta al personal eventual antes del evento.
CONTADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva la contabilidad de la empresa.
CHEF EJECUTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Coordina con los proveedores de alimentos y bebidas. • Crea la receta estándar para cada plato. • Realiza el menú para cada paquete. • Dirige y controla el área de cocina.
AYUDANTE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza la mise en place. • Apoya al chef ejecutivo a preparar la comida. • Ayuda a limpiar el área de trabajo (cocina) después de terminar de preparar el menú.
CAPITÁN DE MESEROS	<ul style="list-style-type: none"> • Maneja al personal de servicio (meseros). • Da servicio de coctelería. • Supervisa el montaje y desmontaje del menaje.
MESEROS	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza la mise en place. • Está pendiente de los requerimientos del comensal. • Está pendiente en servir el respectivo menú con su bebida a cada comensal. • Limpia el menaje utilizado.

HOST	<ul style="list-style-type: none"> • Revisa los últimos detalles con los clientes. • Acompaña a los clientes a su sesión de fotos. • Ayuda a los invitados a ingresar al salón. • Está pendiente y ayudar a la realización de todo el protocolo. • Asegura que el cliente esté a gusto durante todo el evento.
PORTERÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Cuida las instalaciones. • Cuida el parqueadero. • Realiza jardinería.
LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza limpieza antes, durante y después de los eventos, en todas las áreas sociales.

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Insuasti, 2019)

2.4. Producto, servicio ofertado y precios

La empresa de eventos Mansión del Deán, se especializa en eventos sociales; a pesar de que todavía no está bien establecida, también brindará nuevos servicios como son eventos empresariales y servicio de catering. Cuenta con 2 salones, el principal para 200 personas y el segundo para 70 personas. Posee también un bar karaoke, el cual puede ser contratado individualmente hasta para 25 personas. En 4 ocasiones la Mansión del Deán ha sido alquilada por sus instalaciones, por lo que, debería ser un servicio más explotado.

Existen tres paquetes que se ofertan en la empresa, los cuales se desglosan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Paquetes de la empresa de eventos Mansión del Deán

Paquetes de la empresa de eventos Mansión del Deán	
Paquete de la Marquesa	\$ 38,49 + 22% (12% IVA y 10% Servicio) por persona

Paquete Solanda y Villarocha	\$ 49,99 + 22% (12% IVA y 10% Servicio) por persona
Paquete Nobleza Quiteña	\$ 67,98 + 22% (12% IVA y 10% Servicio) por persona

Adaptado de: (La Mansión del Deán, 2019)

Según la señora Rocío Insuasti, propietaria de la empresa de eventos La Mansión del Deán, el segmento de mercado al que están enfocados son las personas de clase media y media alta (comunicación personal, R. Insuasti, 2019).

A continuación, se detallan los principales servicios ofertados en los paquetes de la empresa de eventos La Mansión del Deán:

- Menú tipo buffet de tres tiempos elaborado por el chef ejecutivo: entrada, plato fuerte y postre (opciones de menú adjuntas).
- Uso de un hermoso salón y otros espacios por 6 horas.
- Montaje del salón: mesas de cristal y sillas Tiffany vestidas con mantelería, vajilla y cristalería.
- Menaje para decoración del salón y zonas complementarias.
- Bebidas soft ilimitadas (agua y gaseosas).
- Bebidas calientes ilimitadas (café, té y aguas aromáticas)
- Asesoría en la organización y la coordinación del evento.
- Disponibilidad de hermosos jardines, laguna, pasajes y áreas verdes para fotografía.
- Disco móvil por 6 horas (a partir de 50 personas).
- Dos hermosas salas clásicas de descanso.
- Una noche en una suite para dos personas que incluye: jacuzzi y desayuno americano.
- Parqueadero con guardianía.
- Valor descorche: \$5,00 vinos y espumosos, \$10,00 licor que precise mezcla (ron, whisky, vodka, etc.).

Los servicios mencionados anteriormente, son los que se ofrecen en el paquete de la Marquesa, en los dos paquetes faltantes existen pequeñas variaciones como: en el Paquete Solanda y Villarocha se añade asesoría total en organización y coordinación del evento a cargo de su Wedding & Event Planner, degustación del menú elegido para 4 personas previa al evento que incluye prueba de la decoración elegida de la mesa, mantelería y flores, descorche ilimitado de licores. En el Paquete Nobleza Quiteña se añade el maestro de ceremonias para división de segmentos y dirección del evento, grupo de saxofonista y piano para acompañar la hora del servicio del menú, 4 bocaditos de dulce y sal para cada invitado (La Mansión del Deán, 2019).

2.5. Análisis de competitividad BENCHMARKING

La siguiente tabla de Benchmarking realizada entre la empresa de eventos La Mansión del Deán y empresas de características similares, están basadas en el mismo tipo de negocio, oferta de producto, servicio y localización.

Tabla 3. Análisis de competitividad BENCHMARKING

INFORMACION GENERAL				
Nombre	Mansión del Deán	Eventos Humadi	Quinta La Corteza	Eventos Sociales D'Clase
Logo				
Ubicación	Valle de los Chillos, Conocoto, vía al Colegio La Salle: calle Marquesa de	Valle de los Chillos, Av. General Enríquez 2811, intersección Portoviejo.	Calle César Enrique Balseca y Agustín Mora Bowen, La Merced, parroquia La	Av. Mariana de Jesús S/N y Concepción Concha (San Rafael -

	Solanda No. 246 y Abdón Calderón.		Merced, en el Valle de los Chillos.	Urbanización Capelo) Sangolquí - Valle de los Chillos.
Tiempo en el mercado	10 años.	16 años.	18 años.	12 años.
Servicios ofertados	Eventos sociales, eventos corporativos y servicio de catering.	Bodas, eventos sociales, eventos corporativos, decoración de bodas y eventos, servicio de catering y oferta de otras quintas para eventos.	Bodas, eventos sociales, eventos corporativos y servicio de catering.	Eventos sociales, alquiler de vajillas y menaje, carpas y pagodas, pista de baile.
Página Web	Si	Si	Si	Si
Redes sociales				
Wedding Planner	Si	Si	Si	Si
Infraestructura	Hacienda.	No, pero ofrece diferentes quintas para la realización de eventos.	Quinta.	No posee infraestructura.
Paquetes	Si tiene.	No tiene.	No tiene	No tiene

Tomado de: (Eventos Humandi, 2019), (Eventos Sociales D´ Clase, 2019), (La Mansión del Deán, 2019) y (Quinta La Corteza, 2019).

2.6. Análisis desde la perspectiva del cliente

Realizar el análisis según la perspectiva del cliente da un enfoque sobre el grado de satisfacción que tienen los consumidores con respecto al establecimiento; además, permite entender con más claridad, cuáles son las necesidades y preferencias de los usuarios; por consiguiente, desarrollar estrategias que ayuden a satisfacer sus exigencias. Para esto, se tomó como muestra 36 clientes que contrataron los

servicios en la Empresa de Eventos Mansión del Deán; lo cual, permitirá conocer cuál fue su experiencia al momento que se desarrolló su evento.

2.6.1. Perfil del cliente del establecimiento

Según las encuestas realizadas a 37 personas se obtuvo que el 49% son hombres y el 51% mujeres, con una edad que va desde 19 años hasta 67 años y se dividen de la siguiente forma: entre 19 a 30 años tenemos un 37,5%, entre 31 a 40 años tenemos un 24,5%, entre 41 a 50 años 12%, entre 51 a 60 años 23,5% y solo una persona de 67 años que equivale al 2,5%; sin embargo, según datos obtenidos, la edad varía dependiendo del evento a realizarse. Con respecto al estado civil de los clientes, el 70% son casados, el 20% son solteros y el 10% están divorciados. Es importante analizar e indicar que el mercado objetivo al que está enfocada la empresa son personas con un poder adquisitivo medio y medio alto, dato el cual fue obtenido en la entrevista a la señora R. Insuasti, el cual, no ha comprobado su veracidad. Además, el 92% de las personas que visitan y contratan un paquete son de la ciudad de Quito y el 8% son de otras provincias, dando como resultado que el 100% de los clientes son nacionales.

2.6.2. Breve análisis de las expectativas del cliente (SERVQUAL)

Con la finalidad de tener un análisis sobre la satisfacción del cliente antes, durante y después del evento se realizó una encuesta a 37 personas, para lo cual se aplicó el modelo SERVQUAL, se tomaron en cuenta las 5 dimensiones que lo caracterizan como son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía y elementos tangibles.

Los resultados ver en el Anexo 1. Tabulación de encuesta.

ENCUESTAS

Para medir los resultados obtenidos se utilizará la escala de medición de Likert, el cual permite conocer el nivel de satisfacción o desacuerdo de los encuestados, tomando un rango de medición del 1 al 5.

Tabla 4. Rango de la encuesta

1	2	3	4	5
Nada Satisfactorio	Poco Satisfactorio	Neutral	Satisfactorio	Muy Satisfactorio

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

El objetivo de este cuestionario SERVQUAL es ayudar a identificar cada área de estudio.

Ver Anexo 2 Encuesta

Fiabilidad

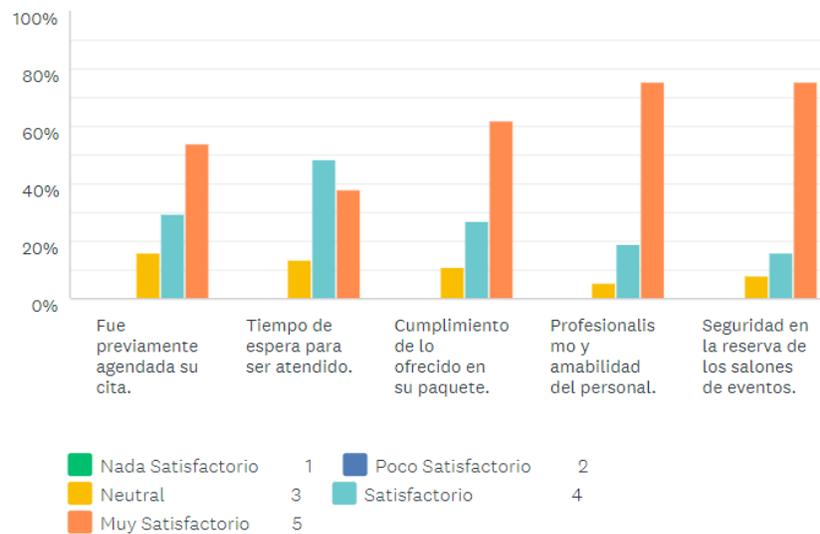


Figura 3. Fiabilidad

Adaptado de: R. Maldonado (Comunicación personal, 2019)

Analizando la fiabilidad de la empresa, se puede observar que el porcentaje a la hora de agendar una cita es del 55%, no obstante, el tiempo de espera para ser atendido es inferior al 50% teniendo en cuenta que existen falencias en este punto, hay un 60% de satisfacción al ser cumplido todo lo ofrecido y los puntos más altos es el profesionalismo del personal y la seguridad en la reserva de los salones con un 75% de satisfacción.

Reacción ante eventualidades

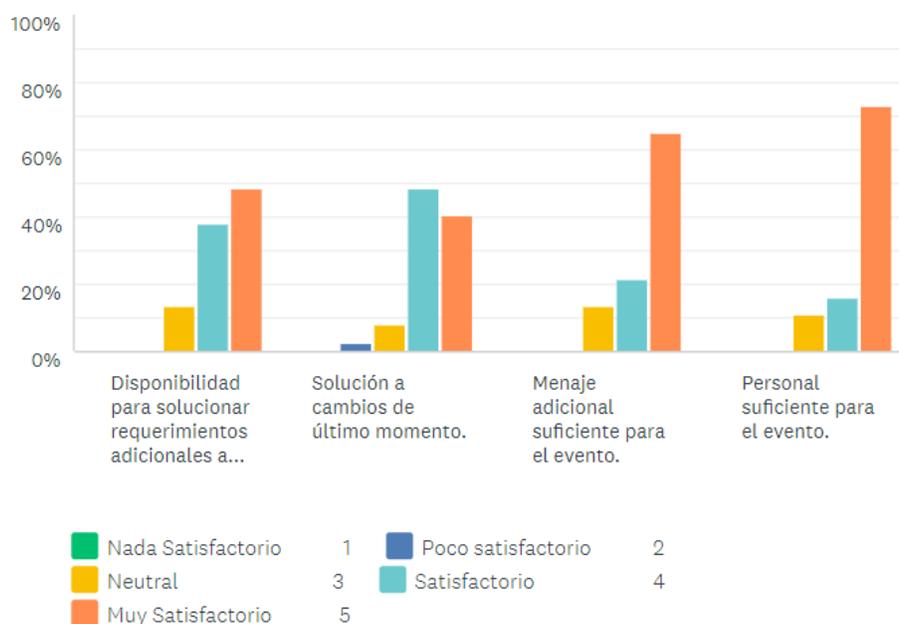


Figura 4. Reacción ante eventualidades.

Adaptado de: R. Maldonado (Comunicación personal, 2019).

De acuerdo a la figura de reacción ante eventualidades, es necesario señalar que existe un alto grado de satisfacción con el personal suficiente para el evento con un 75%, al igual que existe suficiente mensaje para el evento con 65%, pero no existe mucha disponibilidad para solucionar requerimientos adicionales y menos para dar soluciones a cambios de último momento que no llegan ni a 50%.

Seguridad

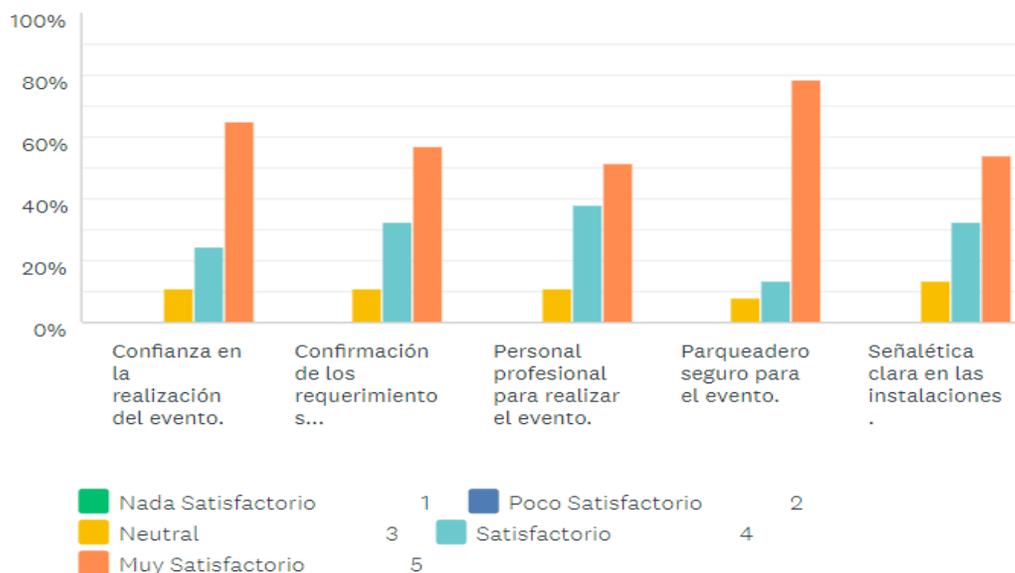


Figura 5. Seguridad

Adaptado de: R. Maldonado (Comunicación personal, 2019).

El porcentaje de seguridad que perciben los clientes de La Mansión del Deán es más del 50% de satisfacción, dando así, que en un 75% se sienten seguros del parqueadero, en un 65% los clientes tienen la confianza de realizar un evento, los requerimientos solicitados antes del evento tienen 58% de satisfacción, por otro lado, un 53% de los clientes se sienten seguros con la señalética y el 51% piensa que existe un personal capacitado.

Empatía

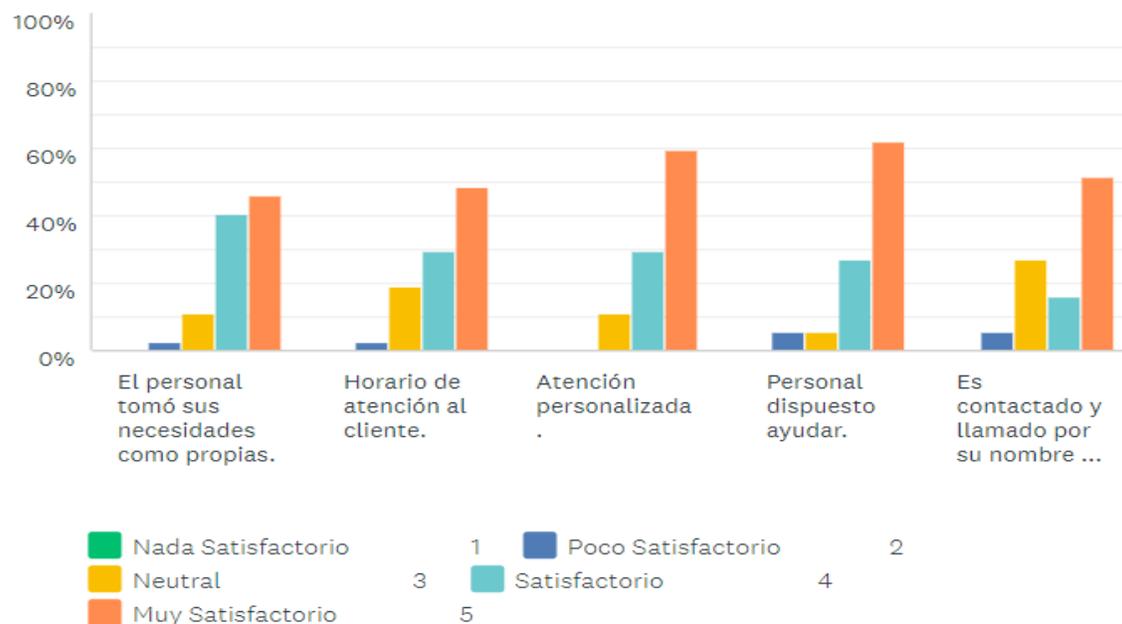


Figura 6. Empatía

Adaptado de: R. Maldonado (Comunicación personal, 2019).

Con respecto a la empatía, un 60% se siente satisfecho con la atención personalizada y el personal dispuesto ayudar, seguido con un 50% de satisfacción a la hora de ser contactado y llamado por su nombre, el horario de atención al cliente cuenta con 48% de satisfacción y un 45% sintió que el personal tomó como propias las necesidades de los clientes, reflejando que estos dos últimos puntos merecen su respectiva atención para su mejora en el servicio.

Elementos Tangibles

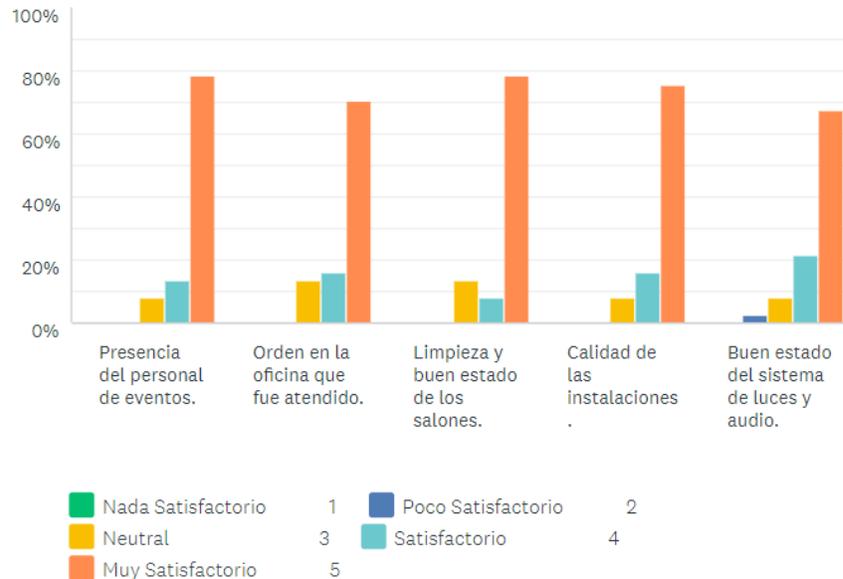


Figura 7. Elementos tangibles.

Adaptado de: R. Maldonado (Comunicación personal, 2019).

En esta sección se puede observar que los elementos tangibles de la empresa cuenta con un 69% de clientes muy satisfechos, lo cual es una gran ventaja que se debe mantener. En donde se debe mantener la buena presencia dep personal, orden en la oficina y los salones, calidad en las instalaciones y un mejoramiento de del sistema de luces y audio.

2.7. Conclusiones de los análisis realizados

En conclusión, tomando en cuenta las encuestas realizadas sobre la calidad del servicio, y analizando los resultados se denota que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio que se está ofreciendo en La Mansión del Deán. Es importante mencionar que existen puntos que deben ser tratados y analizados como: el tiempo de espera de los clientes cuando llegan por primera vez a la

empresa y no hay quien los reciba. Este roll normalmente lo realiza el coordinador de eventos el cual por realizar funciones extras de su carga descuida al personal.

Por otro lado, en el punto número 2 sobre reacción ante eventualidades nos refleja que existe falencias para solucionar problemas y eso es por la falta de estándares de calidad que carece la empresa. Por consiguiente, el personal no sabe cómo actuar ante eventualidades o problemas que se puede presentar en cualquier evento.

A esto se puede añadir que la falta de capacitación que existe en el personal refleja en todos los puntos sobre todo en la empatía que existe entre el cliente y el personal, aunque la calificación obtenida fue buena no fue excelente y nos lleva nuevamente al punto de que tan importante es tener un manual de calidad en cada empresa.

3. Capítulo III.- Análisis de Procesos

3.1. Descripción del área de análisis

El área analizarse es toda la cadena de servicio de la empresa de eventos La Mansión del Deán, que comienza con la prestación del servicio antes del evento, en el transcurso del mismo, hasta la finalización del evento. Durante todo este proceso, lo que se busca es la satisfacción de los clientes, enfocándose en que todos sus requerimientos hayan sido cumplidos, además que se generen experiencias satisfactorias antes y durante el evento.

3.1.1. Descripción de Funciones.

Tabla 5. Descripción de Funciones.

Posición	Funciones
<p>Coordinador de Eventos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar toda la logística del evento. ✓ Manejar los pedidos con los proveedores. ✓ Revisar que todas las áreas tengan las requisiciones solicitadas para el evento. ✓ Estar pendiente de que todas las áreas de trabajo estén listas para el evento.
<p>Chef ejecutivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitar los ayudantes de cocina necesarios para trabajar el día del evento. ✓ Crear la receta estándar para cada plato. ✓ Crear los diferentes menús para ofrecer en cada evento. ✓ Tener todos los ingredientes que utilizará para preparar el menú contratado. ✓ Preparar el menú de degustación antes del evento.
<p>Ayudante de cocina</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar mise en place. ✓ Desbarazar después de la preparación del menú. ✓ Apoya al chef ejecutivo a preparar la comida. ✓ Ayuda a limpiar el área de trabajo (cocina) después de terminar de preparar el menú.
<p>Capitán de meseros</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitar la cantidad de meseros que necesitará para el servicio del evento. ✓ Montar y desmontar el menaje del evento. ✓ Servir el menú con los meseros en el día del evento.
<p>Meseros</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar mise en place. ✓ Estar pendiente de los requerimientos del comensal.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar pendiente en servir el respectivo menú con su bebida a cada comensal. ✓ Desbarazar después del servicio del menú. ✓ Realizar el descorche y servicio de licores.
Host	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisar los últimos detalles con los clientes. ✓ Acompañar a los clientes a su sesión de fotos. ✓ Ayudar a los invitados a ingresar al salón. ✓ Estar pendiente y ayudar a la realización de todo el protocolo. ✓ Asegurar que el cliente esté a gusto durante todo el evento.

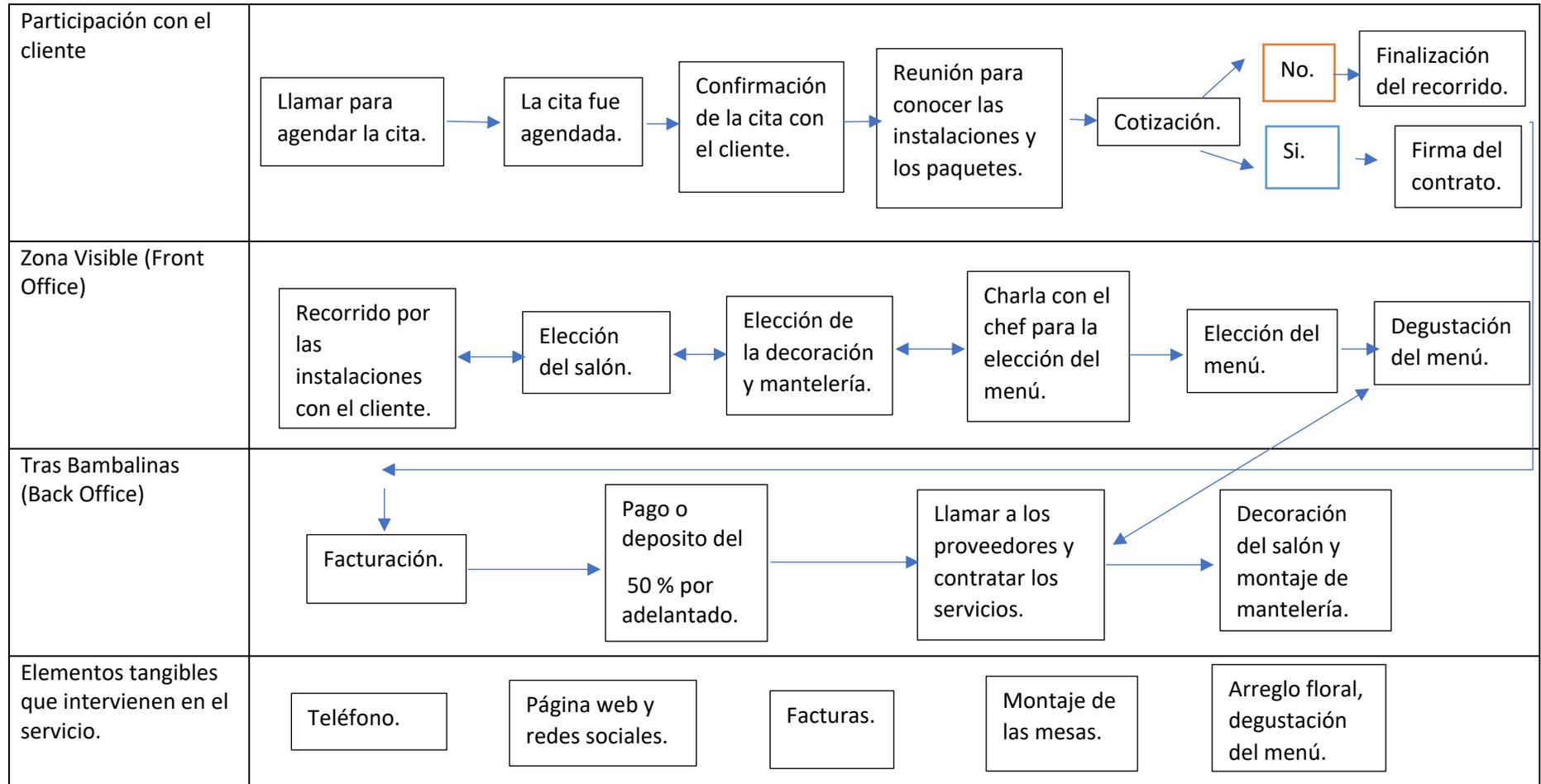
Adaptado de: (Comunicación personal, V. Puente, 2019)

3.2. Mapa de procesos / Diagrama (Blueprint actual)

Para la elaboración del Blueprint se tomaron en cuenta los procesos que se realizan actualmente en la empresa de eventos La Mansión del Deán, para el cual se ha realizado dos diagramas de procesos: en el primero se detallan todos los procesos antes del evento y el segundo detalla el proceso cuando se está ejecutando el evento; es decir, durante el mis

Blueprint antes del evento.

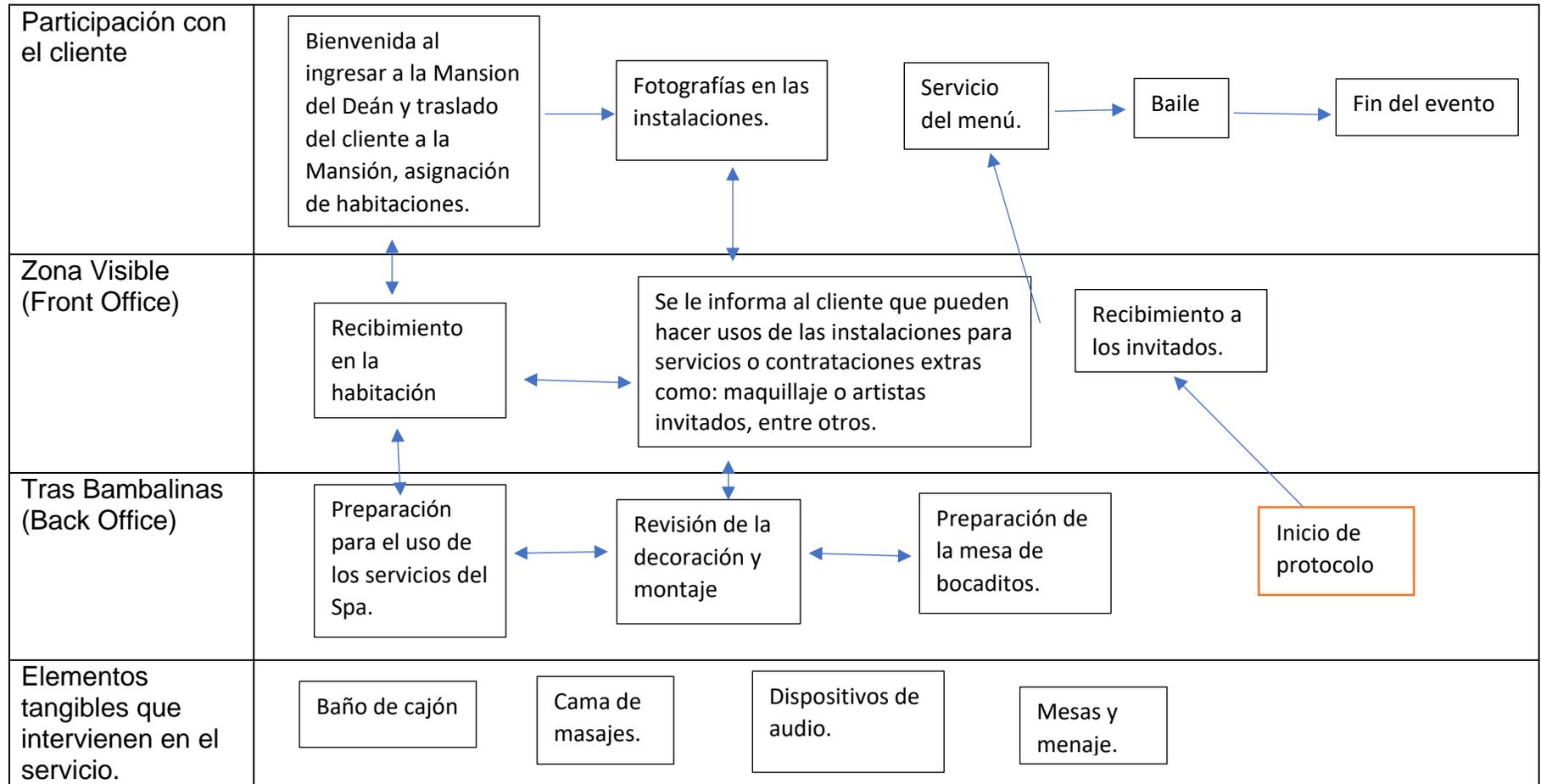
Tabla 6. Blueprint antes del evento.



Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Blueprint durante el evento.

Tabla 7. Blueprint durante el evento.



Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

3.3. Descripción de los procesos del área

Para definir los procesos del área en la empresa de eventos la Mansión del Deán se tomaron en cuenta 2 puntos importantes:

1. Los procesos del área antes del evento.
2. Los procesos del área durante el evento.

Los cuales se detallan a continuación:

3.3.1. Proceso del área antes del evento:

Tabla 8. Proceso del área antes del evento.

Empresa de Eventos La Mansión del Deán	
Proceso de Servicio	Funciones de Gerente y Empleados
El cliente se entera o tiene conocimiento de la empresa mediante redes sociales o su página Web.	La gerente y el coordinador de eventos se encargan de publicar y actualizar los paquetes o promociones en las redes sociales y página Web de la empresa.
El cliente se contacta con la empresa de eventos para obtener más información sobre los diferentes paquetes y precios que ofrece La Mansión del Deán.	La gerente y el coordinador de eventos contestan las llamadas sobre la consulta de paquetes y responden las inquietudes en las redes sociales y en la página Web de la empresa.
El cliente pide una cita para conocer las instalaciones del establecimiento.	El coordinador de eventos se encarga de hacer el recorrido por las instalaciones y explicar al cliente los servicios que incluyen en los paquetes.
El cliente define una fecha tentativa o definitiva para la reservación del servicio.	La gerente y el coordinador de eventos informan al cliente las fechas que se puede realizar el evento.

El cliente escoge el paquete acorde a sus gustos y necesidades. Se establece la forma de pago.	El coordinador de eventos genera el contrato para el evento estipulando lo acordado (paquete elegido, cronograma, requerimientos especiales y decoración). Se finaliza con el 50% del pago.
--	---

Adaptado de: (Comunicación personal, V. Puente, 2019)

3.3.2. Proceso del área durante el evento:

Tabla 9. Proceso del área durante el evento.

Empresa de eventos La Mansión del Deán	
Proceso de Servicio	Funciones del Gerente y Empleados
Al cliente se le da la bienvenida y es trasladado a la habitación asignada.	El host está pendiente del cliente y ayuda con cualquier inquietud que tenga sobre el evento.
El cliente usa las instalaciones para fotografías personales y disfruta el spa.	El coordinador de eventos con los proveedores se encarga de la decoración del salón.
El cliente tiene todas las comodidades y atenciones antes y durante del evento.	El host prepara la mesa de bocaditos según lo acordado con el cliente.
	Los meseros con su capitán se encargan del montaje de las mesas.
	La gerente y el coordinador de eventos realizan una inspección del salón asegurando que se cumplan todos los detalles estipulados en el contrato.

	La gerente, el coordinador de eventos, el capitán de meseros y el host se encargan del desarrollo del protocolo del evento hasta su finalización.
	Al finalizar el evento, el coordinador de eventos se encarga que todos los clientes se hayan retirado de la Mansión del Deán de forma ordenada.
	Al día siguiente, la persona de limpieza se encarga de arreglar los salones utilizados.

Adaptado de: (Comunicación personal, V. Puente, 2019)

3.4. Auditoría Interna

La empresa de eventos La Mansión del Deán, para la auditoría interna ha sido evaluada por el Sistema Inicial de Gestión Organizacional – SIGO Ecuador, ya que es una herramienta de gestión de rápida implementación para el mejoramiento de la calidad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) turísticas (Ministerio de Turismo, 2016). La finalidad de la implementación de la herramienta SIGO ECUADOR es que, se pueda manejar la dirección del negocio hacia la adopción de sistemas de gestión y estándares de calidad, para satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos.

Está estructurado como un sistema, conformado de 3 módulos y 9 herramientas que se detallan a continuación:

MÓDULO 1: CALIDAD PERSONAL	H1: Cambio y Lenguaje Propio
	H2: Desarrollo Humano y Liderazgo
	H3: El Método de las 5S
MÓDULO 2: ENFOQUE EN EL CLIENTE	H4: Turistas y Mercado
	H5: Servicio y Atención al Cliente
	H6: Ventas y Fidelización.
MÓDULO 3: GESTIÓN DE RUTINA Y LA MEJORA	H7: Mejora de lo Cotidiano
	H8: Gestión de la Información
	H9: Política Básica y Evaluación de Resultados

Figura 8. Estructura del Sistema Inicial de Gestión Organizacional - SIGO ECUADOR.

Tomado de: (Quito Turismo, 2014)

La implementación de los 3 módulos tiene una duración de 3 meses, tiempo en el cual, las empresas turísticas logran mejorar y/o resolver gran parte de los problemas relacionados con la gestión.

Durante la implementación de SIGO ECUADOR, se reciben sesiones de capacitación, visitas de asesorías técnicas individuales y distintos materiales de apoyo con el fin de implementar un sistema de gestión de calidad en la empresa. Su mayor responsabilidad, es transmitir a sus colaboradores toda la información necesaria acerca de este sistema, para el cumplimiento de las metas que se ha propuesto alcanzar al participar en este programa.

Ver Anexo 3 Auditoria.

3.5. Resultados relevantes del informe de auditoría interna

Al finalizar la auditoría realizada a la empresa de eventos La Mansión del Deán, utilizando el formulario para la prueba de Evaluación SIGO- ECUADOR, la empresa obtuvo una cantidad de 48 puntos en total de acuerdo a los 3 módulos tratados anteriormente (Calidad Personal, Enfoque en el Cliente, Gestión de la Rutina y Mejora). Este resultado dio pautas para desarrollar criterios basados en la mejora de calidad y así tener una mejor perspectiva de la empresa y obtener el distintivo SIGO ECUADOR (Ministerio de Turismo, 2016).

Las empresas turísticas deben cumplir con los siguientes requisitos para obtener el Distintivo SIGO ECUADOR:

- Tener una participación destacada en el SIGO ECUADOR, cumpliendo con un mínimo del 80% de asistencias, tareas y evaluaciones durante las sesiones de capacitación; con ello se obtiene 30 puntos.
- Obtener una calificación mínima de 45 puntos de 90 posibles en la evaluación realizada de acuerdo a la lista de verificación mencionada:

Calificación mínima para obtener el Distintivo SIGO ECUADOR	75 Puntos
Calificación máxima posible	120 Puntos

(Ministerio de Turismo, 2016).

Al obtener un puntaje bajo en la auditoría, se reflejan los puntos más críticos y con carencias en los 3 módulos de análisis, los cuales se analizan a continuación:

1. Calidad Personal

- Una de las carencias que presenta la empresa de eventos La Mansión del Deán, es que el personal que trabaja no cuenta con una capacitación sobre los aspectos técnicos y humanos; tampoco el área administrativa cuenta con una capacitación sobre el desarrollo personal y liderazgo.

2. Enfoque en el Cliente

- Existe un gran desconocimiento sobre las estrategias de venta, el cual perjudica a la hora de finalizar el contrato.
- No existe un modelo o estrategia que permita fidelizar a los clientes.

3. Gestión de la Rutina y Mejora

- No cuenta con procesos estandarizados, metas o indicadores de gestión.
- No cuenta con visión, misión ni objetivos empresariales claros que orienten a la empresa hacia una meta común.

Como dato adicional y fuera del cuestionario SIGO ECUADOR, se pudo observar una carencia de señalética tanto interna como externa en toda la hacienda, lo cual dificulta la orientación y movilización de los clientes; adicionalmente, hace falta extintores e insumos de primeros auxilios que permitan tener una pronta respuesta en caso de emergencia.

3.6. FODA

FODA de la empresa de eventos La Mansión del Deán.

Tabla 10. FODA La Mansión del Deán.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Realizan eventos en un lugar con mucha historia. • Cuentan con varios paquetes que se adaptan al cliente. • Tienen flexibilidad para añadir extras que soliciten los clientes en los paquetes. • Brindan asesoramiento completo antes de realizar el evento. • Disponen de salones amplios con capacidad para 200 y 70 personas. • Obtención de un distintivo de calidad que revalorice la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de proveedores para la realización de los eventos. • Capacitaciones al personal que brindan las diferentes entidades. • Aprovechar nuevas tendencias del mercado y adaptar el servicio a estas.
DEBILIDADES	AMENEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Carecen de un manual de calidad, en el que se enfoquen parámetros que se deben establecer en el área de servicio. • No tienen objetivos empresariales. • No manejan una publicidad correcta y efectiva en redes sociales. • Existen malas vías de acceso al establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de empresas de eventos en el Valle de los Chillos. • Ofertas similares o más completas por parte de las otras empresas organizadoras de eventos. • Amenaza del volcán Cotopaxi.

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

4. Capítulo IV.- Propuesta de Mejora

4.1. Política de calidad

Generar experiencias y satisfacer las necesidades de los clientes, mediante la mejora en la cadena del servicio aplicando estándares de calidad que detallen los procesos e indicadores y que permitan posicionar la marca en la mente de los clientes con la ayuda del personal capacitado en las diferentes áreas para que el servicio ofrecido sea de eficiente y de calidad.

Visión:

Ser la empresa líder en la realización de eventos sociales, corporativos y catering del Valle de los Chillos, realizando eventos de vanguardia con una alta calidad en el servicio, en un tiempo máximo de 5 años.

Misión:

La Mansión Del Deán es una empresa de eventos sociales, corporativos y catering, ubicada en el Valle de los Chillos, que cumple los sueños y las más altas expectativas de sus clientes, adaptándose a sus necesidades, gustos y preferencias, con un talento humano capacitado para dar un servicio personalizado.

Objetivos de calidad:

- Brindar asistencia personalizada a los clientes, con la finalidad de cumplir todos sus requerimientos y exigencias antes y durante el evento.
- Capacitar al personal de las diferentes áreas sobre tendencias en eventos, servicio al cliente y manejo adecuado de alimentos.
- Identificar el mercado meta al que nos queremos dirigir, para poder ofrecer el producto adecuado acorde a sus necesidades.
- Aplicar siempre estándares de calidad durante todo el proceso de servicio al cliente.

Tabla 11. Políticas de calidad

POLITICAS DE CALIDAD	OBJETVOS	METAS	ESTRATEGIAS
Generar experiencias y satisfacer las necesidades de los clientes, mediante la mejora en la cadena del servicio aplicando estándares de calidad que detallen los procesos e indicadores y que permitan posicionar la marca en la mente de los clientes.	Brindar asistencia personalizada a los clientes, con la finalidad de cumplir todos sus requerimientos y exigencias antes y durante el evento.	La satisfacción del cliente sea mayor al 80%.	Contratar una persona capacitada en la organización de eventos y una persona especializada en wedding planner. Realizar encuestas de satisfacción del cliente al finalizar cada evento.
	Capacitar al personal de las diferentes áreas sobre tendencias en eventos, servicio al cliente y manejo adecuado de alimentos.	Contar con un personal 100% capacitado en eventos, servicio al clientes y manejo adecuado de alimentos.	Realizar una capacitación cada 6 meses o dos cada año como mínimo.
	Identificar el mercado meta al que nos queremos dirigir, para poder ofrecer el producto adecuado acorde a sus necesidades.	Más del 80% de los clientes que realicen cotización, concreten con la realización del evento.	Realizar un análisis de cuantos eventos se realizan mensualmente en la empresa.
	Aplicar siempre estándares de calidad durante todo el proceso de servicio al cliente.	Atender a todos los clientes de igual manera mediante el uso de manuales de estándares de calidad.	Crear un manual de estándares de calidad a ser usado en las diferentes áreas.

4.2. Definición de roles y responsabilidades en torno a la calidad

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Tabla 12. Definición de roles y responsabilidades en torno a la calidad

GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar decisiones eficientes para mejorar los eventos. • Tomar cursos o seminarios que ayuden a innovar y administrar la calidad de los eventos. • Manejar las finanzas de la empresa para la mejora de la empresa.
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir al personal en la empresa de todas las áreas. • Tomar decisiones finales antes, durante y después de los eventos. • Manejar la publicidad de la empresa en función a las nuevas tendencias del mercado. • Gestionar un uniforme para las diferentes áreas. • Proporcionar a todas las áreas los recursos necesarios para desarrollar correctamente su trabajo.
COORDINADOR DE EVENTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar los eventos sociales, corporativos y servicio de catering. • Contactar con los diferentes proveedores para coordinar el evento. • Vender los diferentes paquetes a los clientes. • Realizar un seguimiento a los clientes una vez finalizado el evento para conocer la satisfacción del cliente.

CHEF EJECUTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar con el personal eventual antes del evento. • Coordinar con los proveedores de alimentos. • Realizar el menú para cada paquete. • Dirigir y controlar el área de cocina. • Realizar cursos de manipulación de alimentos. • Manejar inventarios de alimentos.
AYUDANTE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar mise en place. • Desbarazar después de la preparación del menú. • Apoya al chef ejecutivo a preparar la comida. • Ayuda a limpiar el área de trabajo (cocina) después de terminar de preparar el menú.
CAPITÁN DE MESEROS	<ul style="list-style-type: none"> • Dirige el personal de servicio (meseros). • Capacitar a su equipo de trabajo sobre servicio al cliente. • Revisar que estén bien uniformados los meseros. • Supervisar el montaje y desmontaje del menaje. • Manejar inventarios de menaje.
MESEROS	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar mise en place. • Estar pendiente de los requerimientos del comensal. • Estar pendiente en servir el respectivo menú con su bebida a cada comensal. • Mantener las copas de agua siempre llenas. • Desbarazar al finalizar del servicio del menú. • Descorchar y servir licores.
PORTERÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar las instalaciones. • Cuidar el parqueadero.

LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar labores de jardinería. • Realizar limpieza antes, durante y después de los eventos en todas las áreas sociales para mantener impecable el establecimiento.
-----------------	--

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

4.3. CAME

Tabla 13. CAME

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Explotar (Fortalezas + Oportunidades)	Afrontar (Debilidades + Amenazas)
<p>F1+O3 Realizar eventos en un lugar con historia que cuente con un distintivo de calidad.</p> <p>F2+O1 Diseñar variedad de paquetes basados en la diversidad de proveedores que cuenta la Mansión del Deán.</p> <p>F3+O1 Satisfacer a los clientes con sus exigencias adicionales usando la variedad de proveedores.</p> <p>F4+O2 Contar con un personal capacitado para brindar un servicio más personalizado en los diferentes salones del establecimiento.</p> <p>F5+O3 Utilizar toda la capacidad de los salones para realizar eventos de calidad</p>	<p>D1+A1 Contar con un manual de calidad en todos los procesos para diferenciarse de la competencia.</p> <p>D4+A3 Establecer un lugar seguro en caso de emergencia como plan de contingencia.</p>

que cuenten con el distintivo SIGO-ECUADOR.	
Corregir (Debilidades + Oportunidades)	Mantener (Fortalezas + Amenazas)
<p>D1+O2 Aplicar los estándares de calidades de acuerdo a las políticas establecidas empresarialmente.</p> <p>D2+O3 Establecer los objetivos empresariales para la obtención del Distintivo SIGO-Ecuador.</p> <p>D3+O2 Mejorar la página Web y la comunicación en redes sociales.</p>	<p>F1+A1 Implementar paquetes, presencia en redes sociales y estándares de calidad que realcen a la hacienda y su historia y que le diferencien de la competencia.</p> <p>F4+A3 Contar con planes de contingencia y una brigada interna para situaciones de emergencia.</p>

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

4.4. Estrategia, tácticas y acciones de comunicación.

Tabla 14. Definición de estrategia, tácticas y acciones de comunicación

ESTRATÉGIA	TACTICAS	ACCIONES DE COMUNICACIÓN	DOCUMENTACIÓN
Desarrollar procesos de calidad que mejoren la cadena del servicio antes, durante y después del evento.	Implementar y seguir el proceso para la acreditación del Distintivo SIGO-Ecuador. Generar encuestas de satisfacción al cliente.	Capacitar e informar a todos los empleados sobre los estándares de calidad a aplicarse en cada área. Comunicar a todos los colaboradores los resultados de las encuestas, revisar las normas de calidad y proponer las mejoras.	Manual de calidad. Encuestas de satisfacción escritas y digitales.

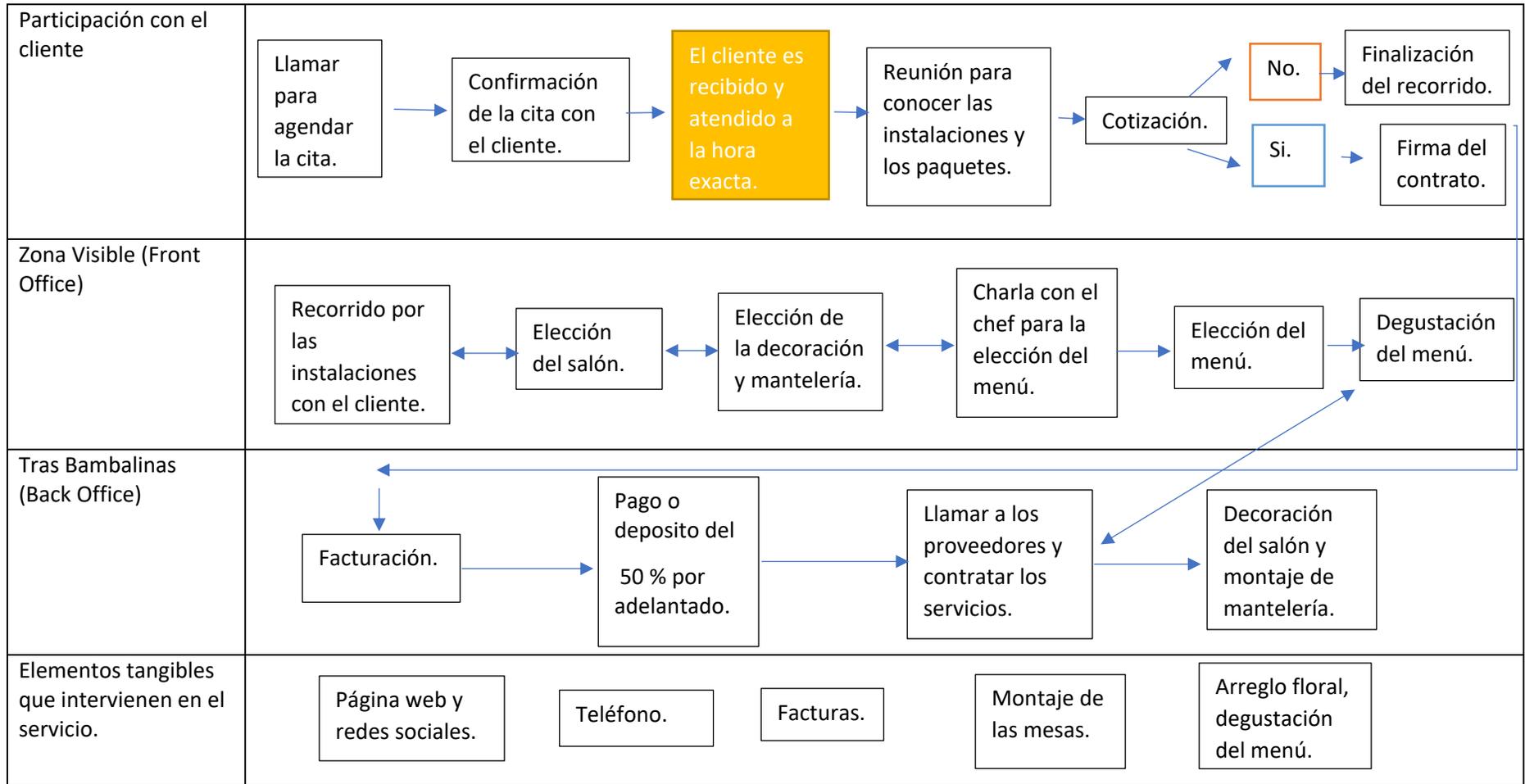
Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

4.5. Mapa de Procesos optimizado (Blueprint optimizado)

En el siguiente blueprint optimizado, tomando como punto de partida el cuadro verde que dice “fin del evento”, se pretende realizar un seguimiento a los clientes realizando llamadas para conocer el estado actual de los clientes que contrataron algún servicio en la Mansión del Deán. Para esto, primero se creará una base de datos que permita cumplir con el objetivo.

Blueprint Optimizado – Antes del evento

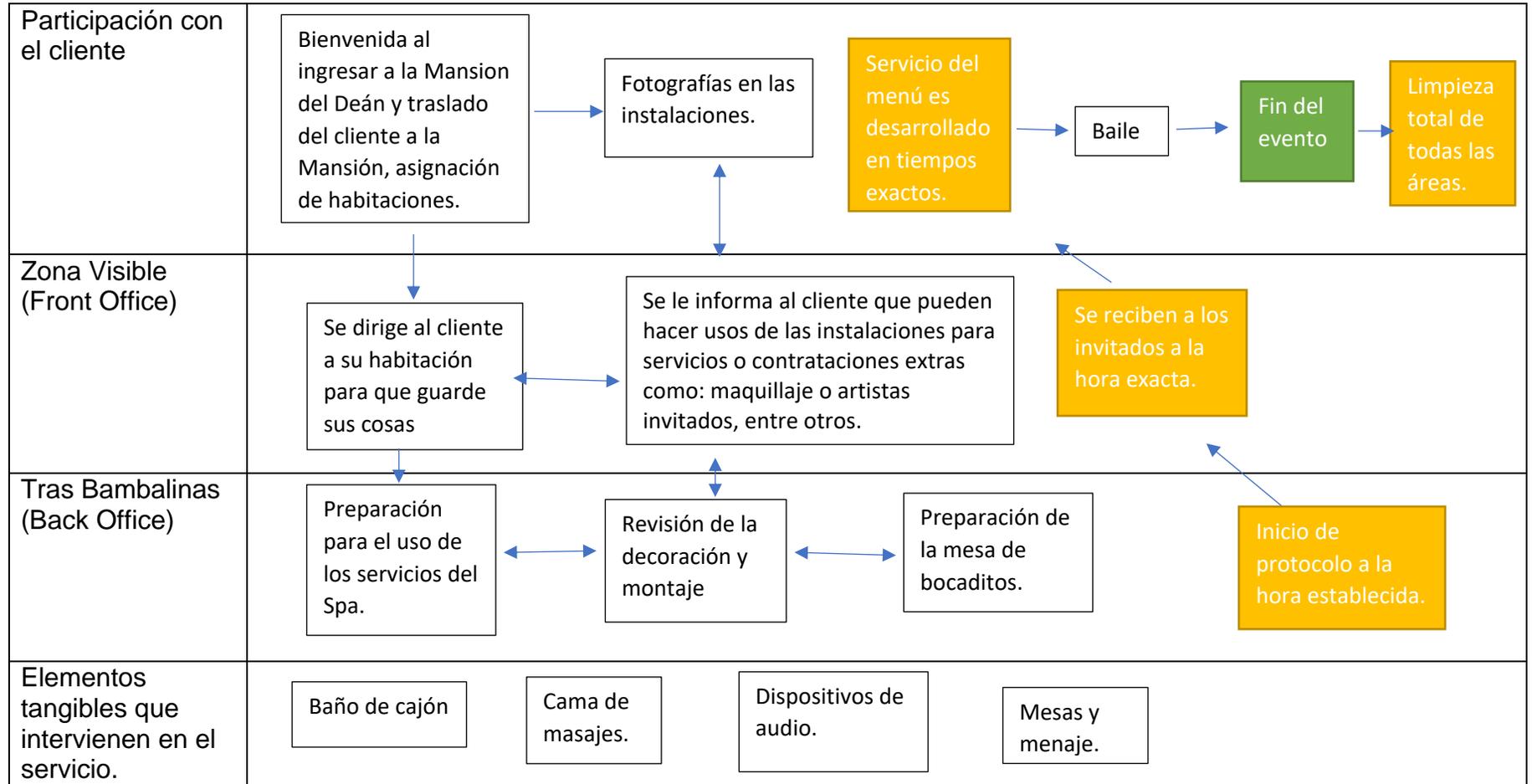
Tabla 15. Blueprint optimizado antes del evento.



Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Blueprint Optimizado – Durante el evento

Tabla 16. Blueprint optimizado durante del evento.



Adaptado de: (Comunicación personal, V. Puente, 2019)

4.6. Matriz de medición de indicadores

Tabla 17. Matriz de medición de indicadores.

Metas	Objetivos	Indicador	Frecuencia de medición
La satisfacción del cliente sea mayor al 80%.	Brindar asistencia personalizada a los clientes, con la finalidad de cumplir todos sus requerimientos y exigencias antes y durante el evento.	Encuesta de satisfacción utilizando el índice NPS (Net Promoter Score)	Al finalizar cada evento.
Contar con un personal 100% capacitado en eventos, servicio al clientes y manejo adecuado de alimentos.	Capacitar al personal de las diferentes áreas sobre tendencias en eventos, servicio al cliente y manejo adecuado de alimentos.	(Número de certificaciones aprobadas / número de certificaciones realizadas) * 100	Semestral o anual.
Más del 80% de los clientes que realicen cotización, concreten con la realización del evento.	Identificar el mercado meta al que nos queremos dirigir, para poder ofrecer el producto adecuado acorde a sus necesidades.	Porcentaje de ventas concretadas al mes con respecto al mes anterior.	Mensual.
Atender a todos los clientes de igual manera mediante el uso de manuales de estándares de calidad.	Aplicar siempre estándares de calidad durante todo el proceso de servicio al cliente.	Manejo de recursos utilizados en relación a los resultados obtenidos (requisiciones).	Mensual.

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

5. Capítulo V.- Propuesta de intervención

5.1. Programación de intervención

Para la ejecución de este plan de mejora de calidad en la cadena del servicio de la empresa de eventos la Mansión del Deán, se deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. La elaboración de un Manual de Calidad, donde se estandarice los procesos de la empresa.
2. Las capacitaciones a realizarse para la mejora continua de los procesos. Estas capacitaciones están enfocadas a todas las áreas como son administrativas (gerencia, coordinación de eventos), cocina (chef ejecutivo y equipo) y servicio (capitán de meseros), los cuales desempeñan actividades claves directamente con el cliente.
3. La renovación de los equipos de audio como los parlantes que llevan una vida útil larga, al igual que los micrófonos. Además, la implementación de luces láser para mejorar la calidad de los eventos.

5.1.1. Presupuesto de inversión.

En los siguientes cuadros se detallarán los valores a utilizarse para la mejora de calidad, teniendo en cuenta que la principal opción para la mejora de calidad es el Distintivo SIGO-ECUADOR.

Presupuesto Manual de Calidad.

Tabla 18. Presupuesto manual de calidad.

Gestión y asesoramiento de procesos y estándares de calidad	
Detalle	Costo
Asesoramiento BIP-Consultores	\$1100
Impresión	\$ 95
Total	\$1195

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

En el punto dos nos enfocamos en la capacitación del personal, para lo cual, en la siguiente tabla se detallan los cursos que servirán para mejorar el servicio en las diferentes áreas; sin embargo, es importante recalcar que el principal curso a realizarse para la capacitación será el que ofrece el Distintivo SIGO-ECUADOR, el que se desarrolla en tres módulos: calidad personal, enfoque en el cliente, gestión de rutina, mejora y evaluación.

Tabla 19. Capacitación para el personal.

Capacitación para el personal.			
Unidad	Detalle	Costo Unidad	Costo
6	Capacitación Distintivo SIGO-ECUADOR.	\$ 0	\$ 0
2	Convención internacional Event Planner.	\$ 300 \$355	\$ 655
8	Capacitación ARCSA.	\$ 0	\$0
3	Atención y servicio al cliente (gerente, coordinador de eventos, capitán de meseros).	\$ 80	\$ 240

3	Etiqueta y protocolo (gerente, coordinador de eventos, capitán de meseros).	\$ 80	\$ 240
Total			\$ 1135

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

En la siguiente tabla se describirá algunas renovaciones e implementaciones en la calidad del audio y tecnología en luces para la realización de los eventos.

Tabla 20. Renovación de audio y luces.

Renovación de audio y luces			
Cantidad	Detalle	Precio	Total
2	Caja amplificadora Blastking.	\$ 600	\$ 1200
4	Luz laser eurolite 4 efectos en 1.	\$ 150	\$ 600
1	Micrófono inalámbrico.	\$ 175	\$ 175
Total		\$ 1975	

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Tabla 21. Inversión total.

Inversión total	
Gestión y asesoramiento de procesos y estándares de calidad.	\$1.195
Capacitación para el personal.	\$ 1.135
Audio y luces.	\$ 1.975
Total	\$ 4.305

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Capacitación de etiqueta y protocolo.	Centro Tecnológico de Entrenamiento y Capacitación CETEC.												
Evaluar conocimientos de capacitaciones.	SIGO - ECUADOR												
Diagnóstico de la empresa.													
Implementación de los requerimientos SIGO-ECUADOR.													
Evaluar la implementación de las acciones y obtener el distintivo SIGO-ECUADOR.													
Promocionar la empresa por redes sociales.	Gerente.												

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

5.2. Estimación para la recuperación de la inversión.

Para la empresa de eventos la Mansión del Deán la inversión que se tiene que tomar en cuenta para mejorar la cadena del servicio será de USD 4.305, valor que será asignado para los diferentes procesos, mejoras y evaluaciones a realizarse durante el lapso de mejora de calidad.

Tabla 23. Histórico La Mansión del Deán.

Histórico La Mansión del Deán				
Ventas				
Eventos al mes	Paquete contratado	Costo por paquete	Número aproximado de invitados (en promedio)	Total por Evento
4	Paquete La Marquesa	\$ 38.49 + 22% (\$ 46,95)	100 invitados	\$ 4.695
Total				\$ 18.780

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Tabla 24. Proyección anual.

Proyección anual.				
Mes	Eventos realizados en el mes (en promedio)	Ganancias	Eventos a realizarse en el mes	Ganancias
1	4	\$ 18.780	6	\$28.170
2	4	\$ 18.780	6	\$28.170
3	4	\$ 18.780	6	\$28.170
4	4	\$ 18.780	6	\$28.170
5	4	\$ 18.780	6	\$28.170
6	4	\$ 18.780	6	\$28.170
7	4	\$ 18.780	6	\$28.170
8	4	\$ 18.780	6	\$28.170
9	4	\$ 18.780	6	\$28.170
10	4	\$ 18.780	6	\$28.170

11	4	\$ 18.780	6	\$28.170
12	4	\$ 18.780	6	\$28.170
TOTAL		\$225.360	TOTAL	\$338.040

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Tabla 25. Recuperación de la inversión.

Recuperación de la inversión	
Ganancia por evento.	\$ 4.695
Ganancia al mes.	\$ 18.780
Ventas anuales.	\$ 225.360
Ventas anuales con 6 paquetes mensuales.	\$ 338.040
Porcentaje de ganancias anual-Aumento a 6 paquetes.	66%
Costo de la propuesta de mejora de calidad.	\$ 4.305
Recuperación de la Inversión.	Vendiendo 1 paquete más al año.

Adaptado de: (Comunicación personal, R. Maldonado, 2019)

Para la recuperación de la inversión, al no lograrse el aumento de paquetes vendidos mensualmente de 4 a 6, y solamente con la venta de un solo paquete adicional al año se recuperaría la inversión establecida para el plan de mejora de calidad en la cadena del servicio de la empresa de eventos La Mansión del Deán.

Conclusiones

La empresa de eventos La Mansión del Deán, está ubicada en la parroquia de Sangolquí y hoy en día cuenta con gran variedad de competencia en la realización de eventos, por el cual una mejora de calidad en la cadena del servicio es fundamental e indispensable para mantenerse en competencia directa con las mejores empresas que realizan eventos. La innovación al momento de realizar un evento debe ser la clave para diferenciarse de la competencia, como se pudo observar en la empresa al momento de realizar el análisis, no cuenta con un personal calificado y capacitado para brindar el mejor servicio; por el cual, es muy importante realizar capacitaciones a todos los miembros de la empresa que tengan un contacto directo con el cliente.

Muy pocas de las personas que llegan a La Mansión del Deán conocen la existencia del lugar, por el cual podemos observar las falencias que cuenta la empresa al momento de promocionar el lugar ya sea por medios digitales u otros medios. Aunque su página Web ha realizado cambios y mejoras muy importantes en el transcurso de estos meses, existen todavía puntos críticos como contar con información correcta de los servicios ofertados.

Es importante señalar que, aunque las encuestas brindaron resultados favorables sobre el servicio, se pudo evidenciar que la empresa no cuenta con una base de datos que permita realizar un análisis más exacto sobre la satisfacción del cliente, también que al finalizar un evento la empresa pierde todo tipo de contacto con sus clientes.

Recomendaciones

Conociendo la situación actual de la empresa de eventos La Mansión del Deán, existen algunas recomendaciones que se podrían aplicar para la mejora de calidad en la cadena del servicio como, por ejemplo:

1. Se debería aplicar el manual de calidad para estandarizar procesos, de este modo obtener mejores resultados en los procesos de las diferentes áreas.
2. Las capacitaciones al personal deben ser de forma periódica para mejorar los procesos operativos, dando así una mejora en el servicio.
3. Que todo el personal de la empresa sea reunido cada mes para establecer pautas sobre los objetivos alcanzados y por alcanzar, llegando así a dar solución a los diferentes problemas que suelen ocurrir en los eventos.
4. Dar las mejoras pertinentes a la página Web, el cual sea fácil de usar y didáctica para las personas que ingresan a ella.
5. Realizar cursos sobre manejo de redes sociales, el cual den a conocer de mejor manera la forma de promocionar los paquetes, además de publicitar a la marca.
6. Realizar encuestas de satisfacción al cliente periódicamente.
7. Realizar un seguimiento a los clientes que finalizaron el evento para retenerlos y motivarlos a llevar a cabo sus futuros eventos en La Mansión del Deán.
8. Implementar el método de las 5S es muy importante ya que así los procesos mejorarían notoriamente.
9. Se debería tener en cuenta la satisfacción del cliente, para esto se debería crear un método que pueda medir y se pueda establecer metas de mejora.

Referencias

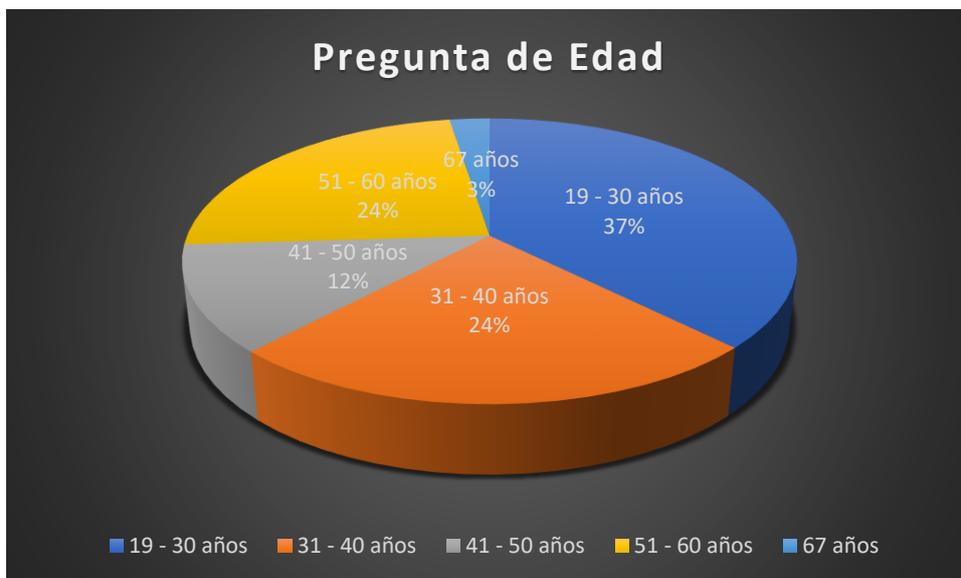
- Adler Y. y Shper V. (2015). *Ideas of Dr. W. E. Deming and their Fate*. Obtenido de Current Issues of Business & Law, 10, 197–226.: <https://doi-org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/10.5200/1822-9530.2015.11>
- Alvarado, O. (2017). *Protocolo y Organización de eventos*. Barcelona: UOC.
- Americas, U. d. (2015). *Universidad de las Americas*. Obtenido de <https://www.udla.edu.ec/>
- Arrogante, A. (2018). *Organización de Eventos Empresariales*. Madrid: Paraninfo.
- Arroyo, C., & Morueco, R. (2013). *Eventos corporativos y protocolo empresarial*. Madrid: Starbook.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Besterfield, H. (2014). *Control de Calidad*. México: Pearson.
- comunicación personal. (16 de abril de 2019). R. Insuasti. (R. Maldonado, Entrevistador)
- comunicación personal. (2019). R. Maldonado,. (R. Maldonado, Entrevistador)
- comunicación personal. (14 de 03 de 2019). V. Puente. (R. Maldonado, Entrevistador)
- Evans, J., & Lindsay, W. (2014). *Administración y Control de Calidad*. México: Cengage Learning.
- Eventos Humandi, E. (2019). *Eventos Humandi*. Obtenido de <https://www.eventoshumadi.com.ec/>
- Eventos Sociales D´ Clase, D. (2019). *Eventos Sociales D´ Clase*. Obtenido de <http://www.eventossociales.com.ec/>
- Google. (2019). *Haciendas en Sangolqui*.
- ISMI Institute, I. S. (2012). *Elaboración de los estandares de calidad del servicio*. MK Marteting.
- La Mansión del Deán, W. (2019). *La Mansión del Deán*. Obtenido de <http://www.lamansiondeldean.ec/>
- Lima, m., Duarte, G., Araujo, A., & Paiva, M. (junio de 2014). *Gestao e Secretariado*. Obtenido de

http://link.galegroup.com/apps/doc/A537119162/IFME?u=uame_cons&sid=IFME&xid=af441088

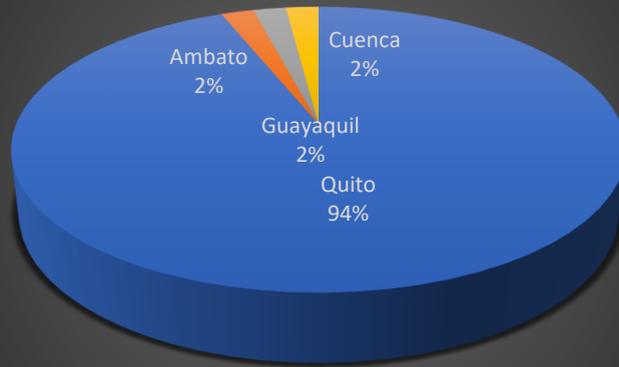
- Ministerio de Turismo, d. E. (2016). *Sistema Integral de Gestión Organizacional, SIGO-ECUADOR*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual_Implementaci%C3%B3n_SIGO.pdf
- Perez, M. y. (2013). *El diagrama o Blueprint de Servicio: Herramienta de diseño y control en la prestación de los intangibles*. Obtenido de [file:///C:/User/Javier%20Anda/Downloads/2041-Text%20del%art%C3%ADculo-6191-1-10-201500826%20\(2\).pdf](file:///C:/User/Javier%20Anda/Downloads/2041-Text%20del%art%C3%ADculo-6191-1-10-201500826%20(2).pdf)
- Quinta La Corteza, Q. (2019). *Quinta La Coartezza*. Obtenido de www.quintalacorteza.com
- Quito Turismo, C. t. (2014). *Calidad turistica*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill, Interamericana.
- Santamaría, C. (2017). Historia, tipo y detalles de eventos.
- SENPLADES. (2017). *Senplades*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/>
- Tomado de Google Maps, 1. (2019).
- Vanessa, P. (2016). *Ecuadatos*. Obtenido de <https://ecuadatos.com/hosteria-la-mansion-del-dean-hosterdean-cia-ltda/>
- Vargas, M., & Vega, L. d. (2014). *Calidad y Servicio, Conceptos y Herramientas*. Colombia: ECOE.

Anexos

Anexo 1. Tabulación de encuesta.

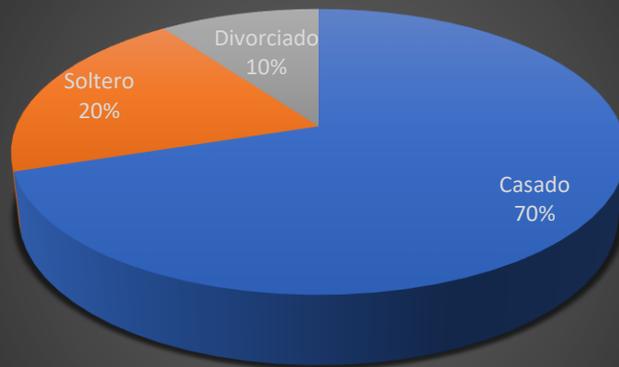


Pregunta de la Ciudad



■ Quito ■ Ambato ■ Cuenca ■ Guayaquil

Pregunta estado civil



■ Casado ■ Soltero ■ Divorciado

Anexo 2 Encuesta

Estimado cliente

La siguiente encuesta es de carácter académico, para la evaluación del servicio en la empresa de eventos La Mansión del Deán. Por lo que se solicita marcar su respuesta en una escala del 1 al 5 según cada proceso. Donde 1 es Nada satisfactorio y 5 es Muy satisfactorio.

FIABILIDAD	1	2	3	4	5
<i>Confirmacion con la cita.</i>					
<i>Tiempo de espera para ser atendido.</i>					
<i>Registro del contantacto para la confirmacion.</i>					
<i>Amabilidad del personal.</i>					
<i>Diponibilidad de los salones de eventos.</i>					

REACCION ANTE EVENTUALIDADES	1	2	3	4	5
<i>Disponibilidad de los requerimientos deseados.</i>					
<i>Solucion a cambios de ultimo momento.</i>					
<i>Menaje suficiente para el evento.</i>					
<i>Personal suficiente para el evento.</i>					

SEGURIDAD	1	2	3	4	5
<i>Confianza en la realizacion del evento.</i>					
<i>Confimacion de los requerimientos solicitados.</i>					
<i>Personal capacitado para realizar del evento</i>					
<i>Parqueadero seguro para el evento.</i>					
<i>Señaletica clara en las instalaciones.</i>					

EMPATÍA	1	2	3	4	5
<i>El personal tomó sus necesidades como propias.</i>					
<i>Horario de atencion al cliente.</i>					
<i>Atencion personalizada.</i>					

<i>Personal dispuesto ayudar.</i>					
<i>Es contactado y llamado por su nombre y apellido</i>					

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
<i>Presencia del personal de eventos.</i>					
<i>Orden la oficina que fue atendido.</i>					
<i>Limpieza y buen estado de los salones.</i>					
<i>Calidad de las instalaciones.</i>					
<i>Buen estado del sistema de luces y audio.</i>					

Anexo 3 Auditoria.



Autoevaluación SIGO



Empresa: **La Mansión del Deán**

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

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

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

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

1. Módulo: CALIDAD PERSONAL					
Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa adopta un lenguaje que facilite la tarea administrativa, la transferencia de los recursos y el potencial humano hacia los objetivos.		X			
2. La responsabilidad de la implementación del sistema de gestión se ha dividido entre las personas clave, y se ha creado una estructura para la transformación.			X		
3. La empresa realiza de manera grupal, labores para mejorar sus condiciones internas e integrar a todo el personal.				X	

4. Existe un programa de capacitación para todos que tenga en cuenta aspectos técnicos y humanos.		X			
5. La empresa cuenta con un organigrama oficial y los colaboradores conocen sus responsabilidades.			X		
6. Los líderes de la empresa han recibido capacitación en conceptos de desarrollo personal y liderazgo.				X	
7. La empresa implementa el día del descarte y las personas reciben capacitación sobre el Método de las 5S.		X			
8. El ambiente de trabajo es disciplinado.				X	
9. Existe un entorno, en donde prevalece el orden, la limpieza y buenas condiciones de seguridad.				X	
10. La empresa genera condiciones para la implementación simultánea de diferentes herramientas de gestión.		X			
	Suma:		20		
	Total:		20		

2. Módulo: ENFOQUE EN EL CLIENTE

Acciones	0	1	2	3	4
1. La empresa identifica grupos de clientes con características similares (selección de segmentos y nichos de mercado meta).			X		
2. La empresa identifica cuales son las principales necesidades de cada grupo de clientes que atiende.		X			
3. Se toma en cuenta la opinión del cliente para el diseño de los productos que ofrece la empresa.				X	
4. La empresa identifica al personal de contacto con el cliente, define la postura de atención que se debe mantener en los contactos con el cliente y se capacita.		X			
5. La empresa mide la satisfacción del cliente y se toman acciones basadas en los indicadores obtenidos, además se establecen metas de mejora periódicas.		X			
6. La empresa atiende de manera sistemática las quejas y reclamaciones de los clientes y las considera para rediseño del servicio.		X			

7. La empresa identifica los medios adecuados para promover el servicio.			X		
8. La empresa implementa acciones de fidelización para sus clientes.		X			
9. La empresa desarrolla una estrategia de ventas y capacita a su personal de contacto con el cliente en Herramientas de ventas.		X			
10. La empresa utiliza diferentes canales de venta de acuerdo a sus nichos de mercado.			X		
	Suma:		15		
	Total:		15		

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

	<input type="checkbox"/>				
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

3. GESTIÓN DE LA RUTINA Y LA MEJORA

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

capacitación necesaria para manejar adecuadamente los procesos basándose en los documentos con los que se estandarizó la rutina.					
6. Existen métodos efectivos de planificación que permiten la asignación ordenada de recursos a los proyectos prioritarios de la empresa.			X		
7. La empresa realiza análisis financieros periódicos y cuenta con un mecanismo de control para la toma de decisiones.			X		
8. La empresa ha desarrollado su Política Básica. Misión, Valores y Visión.		X			
9. La empresa establece objetivos anuales (políticas o directrices) y estos son comunicados a toda la organización.		X			
10. Se realizan actividades y esfuerzos tendientes a que la filosofía organizacional sea conocida, asimilada y se convierta en el eje rector de toda la organización.		X			
		Suma:	14		
		Total:	14		

Resumen de la Puntuación Obtenida	Puntos
1. Calidad Personal	20
2. Enfoque en el Cliente	15
3. Gestión de Rutina y La Mejora	14
Puntuación por asistencia	
Puntuación total obtenida	49

Empresa: **Hostería La Mansión del Deán** Fecha: _____
(Razón Social y RUC o RISE)

Nombre del Evaluador: **Richard Maldonado** Firma: _____

Anexo 3 - Cotización - Capacitación ARCSA.



AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

MENÚ

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria > Eventos > Capacitación sobre prácticas correctas de higiene y manipulación de alimentos

Capacitación sobre prácticas correctas de higiene y manipulación de alimentos

Lugar: Coordinación Zona 9 - Arcsa

Dirección: Arturo Menezes N2457 y La Gasca, Quito
Con inscripción previa

Inscripción: Envíe sus datos al correo capacitaciones29@controlsanitario.gob.ec
Todas nuestras socializaciones son Gratuitas

Para más información sobre las socializaciones que organiza Arcsa comuníquese con la [Coordinación Zonal más cercana](#)

Comparte esta publicación:

Tweet
 Compartir
 Imprimir
 Mail

Entérate



Anexo 4 – Cotización, Convención Internacional Event Planner.

Tickets Convención

Tickets Disponibles

Convención Internacional Event Planner

**Convención Internacional Event
Planner Guayaquil Ecuador**

Wed 18 March 2020 8:00 am - 5:00 pm
Convención Event Planner Ecuador

finalizar el registro

Producto	Precio	Tarifa	Cantidad	Total parcial
Admisión General Convención 18 Marzo 2020	300.00	0.00	1	300.00
Admisión Vip Convención 18 de Marzo 2020	355.00	0.00	1	355.00
Total del pedido				\$655.00

Anexo 5 – Capacitación CETEC, atención al cliente.

	Estimad@:
	<p>Reciba un cordial saludo de quienes hacemos el Centro Tecnológico de Entrenamiento y Capacitación CETEC. En consideración a la solicitud de información del curso de ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE. Le comunicamos que tenemos el curso para las siguientes fechas y horarios:</p>
Fechas y Horarios	
<p><i>Diseño Gráfico</i> Ilustrador-Photoshop-InDesign Lunes a Viernes: 16 de diciembre de 09h00 a 11h00 06 de enero de 19h00 a 21h00 <i>Duración: 3 semanas</i> Sábados 04 de enero de 09h00 a 13h00 Duración: 6 sábados.</p>	
<p>Si estos horarios no se ajustan a su disponibilidad de tiempo, le recordamos que también contamos con la MODALIDAD PERSONALIZADA, esta consiste en dictar el curso en horario especial definido por usted y trabaja únicamente el instructor-</p>	

