



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN  
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE  
PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA, A TRAVÉS DE LA  
MARCA “Q”, EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI**

**AUTORAS: HURTADO CAZA, KATHERINE ESTEFANÍA  
SIMBAÑA HUILCA, VANESSA TATIANA**

**DIRECTOR: HUARACA LUIS**

**SANGOLQUÍ**

**2016**

**CERTIFICADO TUTOR**

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, *"ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA, A TRAVÉS DE LA MARCA "Q", EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI"*, realizado por las señoritas **HURTADO CAZA KATHERINE ESTEFANÍA** Y **SIMBAÑA HUILCA VANESSA TATIANA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos técnicos, científicos, técnico, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señor **HUARACA VERA LUIS ERNESTO** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 27 de julio 2016

LUIS ERNESTO HUARACA VERA  
DIRECTOR

## AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA


### AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **HURTADO CAZA KATHERINE ESTEFANÍA**, con cédula de identidad N° 1726655838; y **SIMBAÑA HUILCA VANESSA TATIANA**, con cédula de identidad N° 1725855454; declaramos que este trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA, A TRAVÉS DE LA MARCA “Q”, EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”** ha sido desarrollada considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 27 de julio 2016

  
Katherine Estefanía Hurtado Caza  
C.C: 1726655838

  
Vanessa Tatiana Simbaña Huilca  
C.C:1725855454


**AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)**


DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**AUTORIZACIÓN**

Nosotras, **HURTADO CAZA KATHERINE ESTEFANÍA Y SIMBAÑA HUILCA VANESSA TATIANA**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA, A TRAVÉS DE LA MARCA “Q”, EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 27 de julio 2016

  
Katherine Estefanía Hurtado Caza  
C.C: 1726655838

  
Vanessa Tatiana Simbaña Huilca  
C.C:1725855454

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente investigación primero a Dios por su fuerza, a las personas más importantes en mi vida, mis padres Mónica y Jorge que han sido un apoyo incondicional y fundamental para poder obtener este gran logro, a mi hermana Maryuri que siempre se estuvo junto a mí a pesar de todo y me brindo las fuerzas y ánimo para nunca decaer y poder seguir adelante, a mi abuelita Luz que aunque no se encuentra ya junto a mí, sé que le hubiera encantado mirarme dar este gran paso, sin olvidar a mis amigos y amigas que mediante risas y enojos siempre estuvieron a mi lado.

*Katherine Hurtado*

El presente trabajo de titulación deseo dedicar a Dios y a mis padres Juan y Blanca, que me brindaron su apoyo para forjarme profesionalmente en la carrera y hacer de mí una mejor persona, durante este proceso de esfuerzo han sido un motor de motivación para seguir adelante trabajando día a día. Una meta más va dedicado para ustedes, por ser un pilar importante en mi vida para alcanzar un futuro mejor. Para mis hermanos los tres vamos conseguir grandes cosas con dedicación.

*Vanessa Simbaña*

## AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por su bendición derramada sobre mí en cada momento, por darme la sabiduría para la elaboración de este proyecto y finalizar con éxito; a mi madre por brindarme el apoyo incondicional y darme su mano cuando más lo necesito; mi padre mi vida entera que siempre confió en mí que lo podía realizar, que con sus palabras de aliento me hacía más fuerte y con su amor incondicional me ayuda a salir adelante; mi hermana Maryuri que me muchas veces que se quedó junto a mi acompañado en mis desvelos y me regalo sus palabras para no decaer y seguir adelante. A mi amiga de tesis Vanessa Simbaña que juntas logramos conseguir este sueño, me brindo su sincera amistad, mi confidente y debo agradecer por darme sus consejos y aguantarme en todo momento, por las risas, vergüenzas, y siempre estar con las justas pero siempre disfrutar de lo que teníamos, solo puedo decir que es mi mejor amiga, y por ultimo agradecer a dos ingenieros que hicieron posible este trabajo, nuestro tutor Ing. Luis Huaraca e Ing. Byron Avilés que con sus ayuda y consejos pudieron hacer posible la elaboración de este proyecto.

*Katherine Hurtado*

A Dios, quiero agradecer por ser mi guía fundamental, permitir y bendecir la elaboración de este trabajo; a mis padres que han estado en los momentos más difíciles siempre brindándome su apoyo y amor incondicional para seguir adelante. Este trabajo de titulación va para ellos por todas sus enseñanzas, valores, esfuerzos y confianza hacia mí. Gracias padres adorados todo esto es para ustedes; a mis hermanos por su amor y comprensión, Felipe gracias por el apoyo, paciencia y motivación.

A mi amiga Katherine Hurtado juntas hemos formado grande lazos de amistad y este trabajo ha sido una gran demostración de la unión y fortaleza que tenemos para lograr y cumplir este objetivo. Hemos tenido experiencias y anécdotas que nos han enseñado a seguir adelante y esto es el ejemplo de nuestro esfuerzo; a mi tutor Luis Huaraca, por su apoyo académico y paciencia que nos ha impartido durante la elaboración de este trabajo de titulación.

*Vanessa Simbaña*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CERTIFICADO TUTOR</b> .....	ii
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	iii
<b>AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xi
<b>RESUMEN</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b>	
1.1. Introducción .....	1
1.2. Antecedentes .....	2
1.3. Problemática .....	4
1.4. Justificación .....	4
1.5. Objetivos .....	5
1.5.1. Objetivo General .....	5
1.5.2. Objetivos Específicos .....	6
1.6. Metodología de la Investigación .....	6
1.7. Idea a Defender .....	7
1.8. Marco Teórico .....	7
1.8.1. Perspectivas Teóricas Existentes .....	7
1.8.2. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación .....	10
1.8.3. Componentes Teóricos .....	12
1.8.4. Antecedentes Investigativos .....	13
1.8.4.1. Investigaciones Cualitativas .....	13
1.8.4.2. Investigaciones Cuantitativas .....	14
1.9. Marco Conceptual .....	14

<b>CAPÍTULO II</b> .....	18
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	
2.1. Análisis Externo .....	18
2.1.1. Macro Ambiente.....	18
2.1.1.1. Entorno Económico .....	18
2.1.1.1.1. Tasa de Desempleo .....	18
2.1.1.1.2. Tasa de Inflación .....	26
2.1.1.1.3. Análisis del PIB.....	29
2.1.1.2. Entorno Político.....	33
2.1.1.2.1. Forma de Gobierno Ecuatoriano .....	34
2.1.1.2.2. Programas Gubernamentales.....	35
2.1.1.2.2.1. Plan Nacional del Buen Vivir.....	35
2.1.1.2.2.2. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.....	36
2.1.1.2.2.3. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui....	36
2.1.1.2.3. Organismos de control .....	38
2.1.1.2.3.1. Sistema Inicial de Gestión Organizacional - SIGO ECUADOR .....	38
2.1.1.2.3.2. Ministerio de Turismo .....	44
2.1.1.2.3.2.1. Norma Subsector Alimentos y Bebidas .....	46
2.1.1.2.3.2.2. Lista de Verificación para Alimentos y Bebidas.....	48
2.1.1.3. Entorno Legal.....	65
2.1.1.3.1. Constitución de la República del Ecuador .....	65
2.1.1.3.2. Leyes , Normativas y Reglamentos .....	65
2.1.1.4. Entorno Sociocultural .....	67
2.1.1.4.1. Factores Demográficos .....	67
2.1.1.4.1.1. Tamaño de la Población y Distribución.....	67
2.1.1.4.1.2. Distribución por sexo.....	68
2.1.1.4.1.3. Distribución por edades .....	69
2.1.1.4.1.4. Niveles de Formación .....	72
2.1.1.5. Entorno Geográfico .....	73
2.1.1.5.1. Ubicación Geográfica del cantón Rumiñahui .....	73
2.1.1.5.2. Hidrografía .....	75
2.1.1.5.3. Clima.....	75
2.1.1.5.4. Infraestructura Vial.....	76
2.1.1.5.5. Servicios Básicos (Agua, luz, teléfono).....	76



2.1.1.6.	Entorno Tecnológico .....	77
2.1.1.6.1.	Conectividad.....	78
2.1.2.	Micro Ambiente.....	78
2.1.2.1.	Sector de Servicios de Alimentos y Bebidas .....	78
2.1.2.2.	Clientes .....	79
2.1.2.3.	Competencia Directa .....	79
2.2.	Análisis Interno .....	80
2.2.1.	Constitución Legal .....	80
2.2.2.	Recursos y Capacidades.....	81
2.2.2.1.	Tangibles.....	81
2.2.2.1.1.	Económicos y Financieros .....	81
2.2.2.1.2.	Tecnológicos .....	81
2.2.2.1.3.	Estructura Organizacional.....	82
2.2.2.1.4.	Análisis FODA Cantón Rumiñahui.....	83
2.3.	Análisis FODA .....	84
2.3.1.	Fortalezas.....	84
2.3.2.	Oportunidades.....	85
2.3.3.	Debilidades .....	86
2.3.4.	Amenazas .....	87
2.3.5.	Matriz resumen FODA.....	88
2.3.6.	Priorización Fortalezas.....	89
2.3.7.	Priorización Oportunidades.....	90
2.3.8.	Priorización Debilidades .....	91
2.3.9.	Priorización Amenazas.....	92

**CAPÍTULO III .....93**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

3.1.	Estudio de la Oferta.....	93
3.1.1.	Descripción de Servicios.....	93
3.1.1.1.	Restaurante de Primera Categoría.....	94
3.1.1.2.	Restaurante de Segunda Categoría.....	95
3.1.2.	Determinación de la Población de Estudio.....	96
3.1.3.	Determinación de la Muestra.....	96
3.1.4.	Aplicación de la Fórmula.....	97
3.1.4.1.	Fórmula Primera Categoría.....	98
3.1.4.2.	Fórmula Segunda Categoría.....	98
3.1.5.	Instrumento de Recolección de Información.....	99
3.1.6.	Análisis de Resultados.....	99
3.1.6.1.	Establecimientos de Primera Categoría.....	100
3.1.6.2.	Establecimientos de Segunda Categoría.....	103

**CAPITULO IV.....107**

4.1.	CONCLUSIONES.....	107
4.2.	RECOMENDACIONES.....	109
4.3.	REFERENCIAS.....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Desempleo Urbano 2013 .....	19
<b>Tabla 2</b>	Desempleo Urbano 2014 .....	20
<b>Tabla 3</b>	Desempleo Urbano 2015 .....	21
<b>Tabla 4</b>	Desempleo Nivel Nacional .....	22
<b>Tabla 5</b>	Empleo Adecuado Nivel Nacional.....	23
<b>Tabla 6</b>	Tasa de Empleo Adecuado .....	24
<b>Tabla 7</b>	Tasa de Desempleo por ciudades .....	25
<b>Tabla 8</b>	Inflación mensual y acumulada.....	26
<b>Tabla 9</b>	Inflación Anual.....	27
<b>Tabla 10</b>	Inflación mensual por divisiones de artículos.....	27
<b>Tabla 11</b>	Inflación general, alimentos y sin alimentos .....	28
<b>Tabla 12</b>	Producto Interno Bruto .....	30
<b>Tabla 13</b>	Producción Nacional de Petróleo .....	31
<b>Tabla 14</b>	Exportación Nacional de Crudo (Barril) .....	32
<b>Tabla 15</b>	Exportación Nacional de Crudo (Millones).....	33
<b>Tabla 16</b>	Escala de puntaje.....	39
<b>Tabla 17</b>	Lista de Verificación (Módulo 1).....	40
<b>Tabla 18</b>	Lista de Verificación (Módulo 2).....	41
<b>Tabla 19</b>	Lista de Verificación (Módulo 3).....	42
<b>Tabla 20</b>	Lista de Verificación (Puntuación) .....	43
<b>Tabla 21</b>	Lista de Verificación (Resumen) .....	43
<b>Tabla 22</b>	Lista de Verificación (Firmas).....	43
<b>Tabla 23</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q.....	48
<b>Tabla 24</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 1.....	49
<b>Tabla 25</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 2.....	50
<b>Tabla 26</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 3.....	51
<b>Tabla 27</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 4.....	52
<b>Tabla 28</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 5.....	53
<b>Tabla 29</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 6.....	54
<b>Tabla 30</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 7.....	55
<b>Tabla 31</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 8.....	56
<b>Tabla 32</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 9.....	57
<b>Tabla 33</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 10.....	58
<b>Tabla 34</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 11.....	59
<b>Tabla 35</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 12.....	60
<b>Tabla 36</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 13.....	61
<b>Tabla 37</b>	Lista de Verificación A&B Marca Q 14.....	62
<b>Tabla 38</b>	Escala de Verificación .....	64
<b>Tabla 39</b>	Conclusiones .....	64
<b>Tabla 40</b>	Aceptación .....	64
<b>Tabla 41</b>	Población cantón Rumiñahui .....	67
<b>Tabla 42</b>	Población por sexo .....	68

<b>Tabla 43</b>	Población por grupo de edad.....	70
<b>Tabla 44</b>	Niveles de formación cantón Rumiñahui .....	72
<b>Tabla 45</b>	Servicios Básicos.....	77
<b>Tabla 46</b>	Acceso a Redes .....	78
<b>Tabla 47</b>	Análisis FODA Cantón Rumiñahui.....	83
<b>Tabla 48</b>	Análisis Interno: Fortalezas .....	84
<b>Tabla 49</b>	Análisis Externo: Oportunidades .....	85
<b>Tabla 50</b>	Análisis Interno: Debilidades.....	86
<b>Tabla 51</b>	Análisis Externo: Amenazas .....	87
<b>Tabla 52</b>	Matriz Resumen FODA .....	88
<b>Tabla 53</b>	Análisis Interno: Priorización Fortalezas.....	89
<b>Tabla 54</b>	Análisis Externo: Priorización Oportunidades.....	90
<b>Tabla 55</b>	Análisis Interno: Priorización Debilidades .....	91
<b>Tabla 56</b>	Análisis Externo: Priorización Amenazas .....	92
<b>Tabla 57</b>	Establecimientos de Alimentos y Bebidas.....	96
<b>Tabla 58</b>	Establecimientos de Primera Categoría.....	100
<b>Tabla 59</b>	Resultados Primera Categoría.....	101
<b>Tabla 60</b>	Cumplimiento de Establecimientos (Primera).....	102
<b>Tabla 61</b>	Establecimiento de Segunda Categoría .....	103
<b>Tabla 62</b>	Resultados Segunda Categoría.....	104
<b>Tabla 63</b>	Cumplimiento de Establecimientos (Segunda).....	105

## ÍNDICE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Componentes Teóricos.....	12
<b>Figura 2</b> Desempleo Urbano 2013.....	19
<b>Figura 3</b> Desempleo Urbana 2014.....	20
<b>Figura 4</b> Desempleo Urbano 2015.....	21
<b>Figura 5</b> Desempleo Nivel Nacional.....	22
<b>Figura 6</b> Empleo Adecuado Nivel Nacional.....	23
<b>Figura 7</b> Tasa de empleo adecuado por ciudades.....	24
<b>Figura 8</b> Desempleo por ciudades.....	25
<b>Figura 9</b> Inflación mensual y acumulada.....	26
<b>Figura 10</b> Inflación anual.....	27
<b>Figura 11</b> Inflación mensual por divisiones de artículos.....	28
<b>Figura 12</b> Inflación general, alimentos y sin alimentos.....	29
<b>Figura 13</b> Producto Interno Bruto (Millones).....	30
<b>Figura 14</b> Producto Interno Bruto (Crecimiento).....	30
<b>Figura 15</b> Producción Nacional de Petróleo.....	31
<b>Figura 16</b> Exportación Nacional de Crudo (Barril).....	32
<b>Figura 17</b> Exportación Nacional de Crudo (Millones).....	33
<b>Figura 24</b> Población del cantón Rumiñahui.....	68
<b>Figura 25</b> Población por sexo.....	69
<b>Figura 26</b> Población por grupo de edad.....	71
<b>Figura 27</b> Niveles de formación cantón Rumiñahui.....	72
<b>Figura 28</b> Ubicación Cantón Rumiñahui.....	74
<b>Figura 29</b> Servicios Básicos.....	77
<b>Figura 30</b> Organigrama Estructural cantón Rumiñahui.....	82
<b>Figura 31</b> Establecimientos de Primera Categoría.....	102
<b>Figura 32</b> Establecimientos de Segunda Categoría.....	105

## **RESUMEN**

La presente investigación es un análisis de la gestión de la calidad de los establecimientos de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui a través de la Marca “Q”, el estudio se realizará con el instrumento de recolección de información, utilizando la lista de verificación otorgada por el Ministerio de Turismo, para su previa aplicación en dichas empresas, de esta manera se podrá constatar el estado actual en la que encuentra los establecimientos, tanto en el aspecto de infraestructura, servicio al cliente, gestión ambiental y de calidad, a su vez se verificará el uso adecuado de un sistema de calidad integrado a las empresas que hayan adaptado un sistema anteriormente, dicha lista de verificación se adaptará a los establecimientos que se encuentren en el catastro 2015, elaborado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui. El 80% del cumplimiento de los lineamientos de calidad de la lista de verificación, le da derecho a los establecimientos al acceso de obtener el reconocimiento de la Marca “Q”, para los establecimientos que no alcancen este porcentaje, se dará a conocer los cambios y aumentos en un plazo determinado en el que deben realizar para una siguiente verificación, de la cual se encargará el Ministerio de Turismo.

## **PALABRAS CLAVES:**

- **CALIDAD**
- **INFRAESTRUCTURA**
- **VERIFICACIÓN**
- **MARCA “Q”**
- **LINEAMIENTOS**

**ABSTRACT**

This research is an analysis of the quality management of establishments of first and second category of Canton Rumiñahui through the mark "Q", the study will be conducted with the instrument collection of information using the checklist given by the Ministry of Tourism for prior application in such companies, in this way may determine the current state in which located establishments, both in terms of infrastructure, customer service, environmental management and quality, in turn it will be verified the proper use of a quality system integrated to companies that had already been adapted to a system previously, this checklist will adapt to the establishments located in the land register 2015, prepared by the Government Autonomous Decentralized Rumiñahui. 80% of compliance with quality guidelines checklist, entitles establishments access to obtain recognition of the mark "Q", for establishments that do not meet this percentage, it will let them known the changes and additions they will have to do within a certain period for a subsequent verification, which the Ministry of Tourism is responsible.

**KEY WORDS:****QUALITY****INFRASTRUCTURE****CHECK****MARK "Q"****GUIDELINES**

## **CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

### **1.1. Introducción**

El presente proyecto de investigación consiste en el análisis de la gestión de la calidad de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría, rigiéndose a los lineamientos con los que trabaja el Ministerio de Turismo, para otorgar el reconocimiento de la Marca “Q”, dentro del cantón Rumiñahui.

El inicio del análisis se fundamenta en los parámetros establecidos dentro del marco teórico que alcance la investigación, a través de información obtenida del Ministerio de Turismo acerca del reconocimiento de la Marca “Q”, así como del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Rumiñahui referente a los establecimientos que se encuentran dentro del catastro de establecimientos relacionados con el turismo, de esta manera se podrá sustentar la idea planteada en la investigación.

Más adelante se determinó el diagnóstico situacional, el cual consiste del análisis externo e interno, con el fin de identificar la relación e influencia que tienen estos factores con el desarrollo de las actividades turísticas, identificando los puntos de apoyo y las debilidades a través de la matriz FODA, que se encuentran en el cantón.

La investigación abarca el estudio de mercado compuesto por el análisis de la oferta, identificando la situación de prestadores de servicios en base a la calidad de sus establecimientos, utilizando la lista de verificación, como instrumento de investigación, luego se utilizó la recolección de datos que se obtendrá por medio de la observación de campo.

Como resultado a esta investigación se presenta la información de los resultados obtenidos en la recolección de datos, mediante la utilización de sistema estadístico en Excel, de esta manera se pudo definir cuáles son los establecimientos que cumplen los



parámetros que solicita el Ministerio de Turismo para poder otorgar el reconocimiento Marca “Q”, y de esta manera cumplir con lo planteado dentro del proyecto de investigación.

## **1.2. Antecedentes**

Según la Organización Mundial de Turismo en el 2003, siendo este un organismo internacional define al concepto de calidad:

Los resultados de aquel proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto de los productos y servicios a un precio aceptable, y de conformidad con las condiciones contractualmente establecidas y aceptadas.

Calidad proviene del “latín qualitas-atis, propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”. (Casadesús, Heras, & Merino, 2005, pág. 6)

En el año de 1980, se dio una conciencia de la importancia que se tenía acerca de la estrategia de la calidad, mejora y satisfacción de cliente, varias empresas y organizaciones del mundo occidental dieron inicio a varios programas de gestión de la calidad total como una acción estratégica para dar una mejora a su competitividad, para el año de 1987 se dio apertura a una serie de normas que fueron las ISO-9000 con el objetivo de unificar y estandarizar los numerosos enfoques de sistemas de aseguramiento de calidad, para el año 2000 se remplazó el concepto de Sistema de Aseguramiento de la Calidad por el de Sistema de Gestión de Calidad. (Gutiérrez, 2010, págs. 14-15)

Según el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE, 2000) se creó principalmente para empresas turísticas, esta institución se encarga de administrar y gestionar de manera exclusiva la Marca Q de Calidad Turística, emitiendo la oportuna actualización para su uso y a su vez se encarga de vigilar su adecuada utilización, se distribuyó para empresas afines a cualquier actividad con los servicios o productos turísticos. La Marca Q de Calidad Turística Española, asegura el cumplimiento de unos de los requisitos de prestación del servicio que van enfocadas en normas de

calidad, van aportando prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados. (ICTE, 2000), actualmente cuenta con más 20000 establecimientos certificados y ha empezado hacer reconocida no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional. (ICTE, 2000).

Tiene alcance para 20 subsectores normalizados como: agencias de viaje, alojamientos rurales, balnearios, camping, campos de golf, convention bureaux, empresas de tiempo compartido, espacios naturales protegidos, estaciones de esquí y montaña, guías de turismo, programas de formación, hoteles y apartamentos turísticos, instalaciones náuticas deportivas, ocio nocturno, oficinas de información turística, palacios de congresos, patronatos de turismo, playas, restaurantes, transporte turístico por carretera y turismo activo. (Instituto para la Calidad Turística Española , 2016, pág. 4).

Existen certificaciones antecesoras que impulsaron la aplicación de normativas de calidad en Ecuador, entre ellas tenemos las dos más importantes que son: Rainforest Alliance fundada en el año 1998 con el fin de trabajar para la protección de los bosques de una manera sostenible, junto con Smart Voyager reconocida en el año 2002 por la UNESCO, el cual contempla normas ambientales, sociales y de seguridad, las dos certificaciones actualmente son miembros de la red de certificación de Turismo Sostenible de las Américas.

En Ecuador se dio la iniciativa de términos de calidad entre el año 2006 a 2007 con buenas prácticas ambientales y turismo sostenible. Para el año 2015 se estructuró la Marca “Q”, con el sistema de reconocimiento a la calidad turística, orientado inicialmente a los subsectores de alojamiento, alimentos y bebidas y operación turística.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Rumiñahui dentro de su catastro, cuenta con 88 establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría el cual abarca, cafeterías, bares, fuentes de soda y restaurantes, actualmente el Ministerio de Turismo solo aplica la normativa para restaurantes y establecimientos de alojamiento.

### **1.3. Problemática**

En esta etapa es fundamental identificar y definir los procesos que intervienen en el servicio que se está prestando actualmente en los establecimientos de alimentos y bebidas dentro del cantón Rumiñahui. En la prestación de un servicio intervienen paralelamente, quien lo recibe y quien lo presta, por esta razón la calidad en el servicio es el tema más significativo y más estudiado en el ámbito de los servicios.

Uno de los grandes problemas de los establecimientos de alimentos y bebidas, es la gestión de la calidad que manejan, evidenciando día a día reclamos que presentan los clientes nacionales e internacionales del servicio recibido en el establecimiento, a pesar de las exigencias y necesidades de los clientes, los propietarios no establecen mejoras continuas que garantizan el desarrollo del sistema de calidad compuesto por: infraestructura, servicio al cliente, higiene y manipulación de alimentos.

Pese a la categorización que ocupan los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón, que se encuentran dentro del catastro, la mayoría de estos carecen del reconocimiento de calidad, por motivos de falta de información, desconocimiento o desinterés para formar parte de la Marca “Q”. Cabe mencionar que en la página web del Ministerio de Turismo es limitada la información que indique los requerimientos específicos que se debe cumplir para recibir el reconocimiento.

### **1.4. Justificación**

A nivel mundial existen diversos países que disponen de la certificación de Marca “Q”, entre estos se encuentran: España, Australia, México, Argentina, Chile, Perú, Alemania, Bangkok, Panamá, Colombia, Bolivia, Francia, entre otros. Ecuador todavía no dispone de una certificación, sino de un servicio de acreditación ecuatoriana que es un sistema de reconocimiento con la Marca “Q”.

Las normativas de la Marca “Q” no son obligatorias, únicamente acceden las empresas que deseen obtener el reconocimiento de calidad y deben cumplir con los estándares establecidos en la norma, regida por el Ministerio de Turismo. Los programas de reconocimiento turístico surgen como una alternativa para generar un

mecanismo a través del cual sea posible garantizar que un producto turístico se convierta en un servicio de calidad.

Los establecimientos de alimentos y bebidas que logran obtener el reconocimiento de la Marca “Q”, se encuentran en constante monitoreo para alcanzar la excelencia, dentro del cantón Rumiñahui la gran mayoría de los establecimientos de alimentos y bebidas no cuentan con dicho reconocimiento.

Con la investigación se analizó cada uno de los establecimientos para identificar el conocimiento, aplicación y manejo de normas de calidad, de esta manera se pudo evidenciar si cumplen con los lineamientos y requerimientos para la obtención de la Marca “Q”. El análisis de la gestión de la calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas se determinó en base a lista de verificación que maneja el Ministerio de Turismo.

El estudio de mercado se realizó con la aplicación de la lista de verificación que maneja el Ministerio de Turismo para las empresas que desean participar en el reconocimiento, al final se presenta resultados de los establecimientos que cumplen con las normativas para la obtención del reconocimiento Marca “Q”.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar los estándares de calidad que manejan los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui, con la finalidad de determinar el cumplimiento de las normas establecidas por el Ministerio de Turismo, para la obtención de la Marca “Q”.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Sustentar el tema de estudio, a través del análisis de fuentes primarias y secundarias con el fin de determinar el alcance de la investigación y las posibles limitaciones.
- Diagnosticar el análisis externo e interno del cantón Rumiñahui, con el propósito de obtener información de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría.
- Analizar el uso de las normas de calidad aplicando en los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui, con la finalidad de determinar el nivel de excelencia en calidad que poseen estos lugares.

### **1.6. Metodología de la Investigación**

El procedimiento metodológico en la investigación, se encontró basada en el método sistémico, a través del cual se realizó un análisis de toda la información recopilada durante el proceso investigativo (Rodríguez, 2005, pág. 77), otra de las características que tiene la estructura de la metodología es la identificación directa de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui.

Los tipos de investigación desarrollados fueron:

Exploratorio: Se realizó la observación sobre la situación actual que atraviesan los establecimientos de alimentos y bebidas.

Descriptiva: Se describió y definió los datos de los establecimientos de alimentos y bebidas que cuentan con las normas establecidas para la obtención de la Marca “Q”.

Dentro de las técnicas de investigación, se desarrolló la observación de campo, estableciendo la relación directa que tiene el investigador con el lugar objeto de

estudio, además cabe mencionar que se recopiló información fundamental de la realidad que se presenta en el entorno, que permitió evaluar y determinar las respectivas conclusiones de lo observado y evidenciado dando lugar al análisis pertinente.

El estudio de mercado se estableció a través de la lista de verificación emitida por el Ministerio de Turismo, la cual contiene los parámetros principales para la obtención del reconocimiento de la Marca “Q”, la información de los establecimientos se obtuvo mediante los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas.

#### Tipo de Investigación

Para el presente proyecto de investigación se realizó una investigación aplicada.

### 1.7. Idea a Defender

Los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Rumiñahui, cumplen con los estándares de calidad para tener la certificación “Q”.

- **Variables Independientes:** Los estándares de calidad de los establecimientos de alimentos y bebidas.
- **Variables Dependientes:** Grado de calificación de calidad.

### 1.8. Marco Teórico

#### 1.8.1. Perspectivas Teóricas Existentes

Una de las teorías que se adapta al tema de investigación es la teoría de la organización, determinando a la organización como una herramienta utilizada por las personas para coordinar sus diferentes acciones con la finalidad de cumplir los objetivos que se planteó al inicio de un proyecto. (Gareth, 2008, pág. 2)

La teoría organizacional se define al estudio de la funcionalidad de las organizaciones y empresas, a su vez analiza cómo afectan y como se ve afectadas dentro del ambiente en el que se encuentran laborando, dentro de este es importante

mencionar a la estructura organizacional, es un sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controlan la manera en que las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para alcanzar a cumplir los objetivos y metas que son planteadas en la organización. (Gareth, 2008, pág. 7).

Unos de los primeros escritores que se basó en la administración y utilizó un enfoque de sistemas fue Chester Barnard, Hebert Simon y sus colaboradores analizaron que era necesario determinar a la organización como un sistema complejo de procesos para llegar a tener buena toma de decisiones, las diferentes organizaciones son sistemas abiertos que se necesita para llegar a gestionar de manera cuidadosa, a su vez satisface y equilibra necesidades internas y se adapta a las circunstancias que en ese momento se encuentra suscitando en el entorno en el que se encuentran. (Velásquez, 2000, pág. 29)

Otra de las teorías o normas que es importante mencionar para el proyecto de investigación, es la Norma ISO 9001; 2015 la cual destaca que las organizaciones deben establecer, implementar, mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión de la Calidad, incluyendo los procesos necesarios y sus interacciones, en concordancia con los requisitos de esta Norma Internacional. (Escuela Europea de Excelencia, 2015)

La mejora continua es el resultado del desempeño que realice la organización con su Sistema de Gestión de la Calidad, las empresas tienen que establecer las acciones necesarias para identificar las áreas de su organización que tienen un bajo rendimiento y oportunidades, además de utilizar herramientas y metodologías necesarias para investigar las causas de ese bajo rendimiento las cuales se debe incluir: la mejora de los productos y servicios, corrección, prevención y reducción de efectos y tener una mejora en el desempeño y la eficiencia del Sistema de Gestión de la Calidad. Las organizaciones deciden lo que deben evaluar para determinar la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad y realiza el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en el que se cumplen todas las necesidades y las expectativas. (Escuela Europea de Excelencia, 2015).

La nueva versión de la norma ISO 14001, determina a las empresas un Sistema de Gestión Ambiental relacionado con las partes de interesadas y las necesidades que proporcionan los aspectos internos y externos, estableciendo los procesos para la mejora continua del sistema con el fin de cumplir con los objetivos y expectativas previstas. Los directivos de las organizaciones deben comunicar las funciones ambientales que forman parte del Sistema de Gestión Ambiental de acuerdo al nivel de alcance que se define a través de los impactos que se originan de los servicios o productos que oferta la empresa. La planificación e implementación del Sistema de Gestión Ambiental tiene como propósito mejorar continuamente el funcionamiento correcto cumpliendo con eficacia la rapidez, alcance y tiempo del desempeño ambiental, es importante la revisión y evaluación constante de medidas correctivas para el control inmediato las consecuencias de impactos ambientales. Las organizaciones deben documentar todo el proceso del Sistema de Gestión Ambiental para sustentar la implementación y cumplimiento del mismo. (Escuela Europea de Excelencia, 2016)

Es importante tomar en cuenta la administración para el proyecto de investigación, puesto que es de suma importancia para el surgimiento, desarrollo y consolidación de cualquier organización o empresa, en el caso de que se encuentra dedicada a la producción, comercialización o prestación de algún servicio, el cual se aplica a todo tipo de entidad organizacional ya sea éste pública o privada, micro o macro, de servicios o industrial, a su vez esta administración se encontrará dirigida por personas profesionales, en este caso se analizará los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui, con la ayuda del catastro otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón, diagnosticando que los establecimientos son privados en su gran mayoría y son dirigidas por profesionales o personas empíricas. Para poder llegar a obtener el reconocimiento de Marca “Q”, las empresas deben trabajar en equipo conjuntamente con sus empleados y las personas que se encuentren dirigiendo el establecimiento, para poder contar con todas las normativas, y reglamentos que pide el Ministerio de Turismo.



### **1.8.2. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación**

El tema de investigación se enfocó en el estudio de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui, para llegar a contar con el reconocimiento de Marca “Q” otorgado por el Ministerio de Turismo, el enfoque principal para este reconocimiento es la calidad.

Según Tarí en el 2000, para llegar a tener un concepto específico de calidad, se debe analizar varios enfoques y criterios, tanto en el aspecto de productos como de servicios, es por esta razón que se define a calidad como:

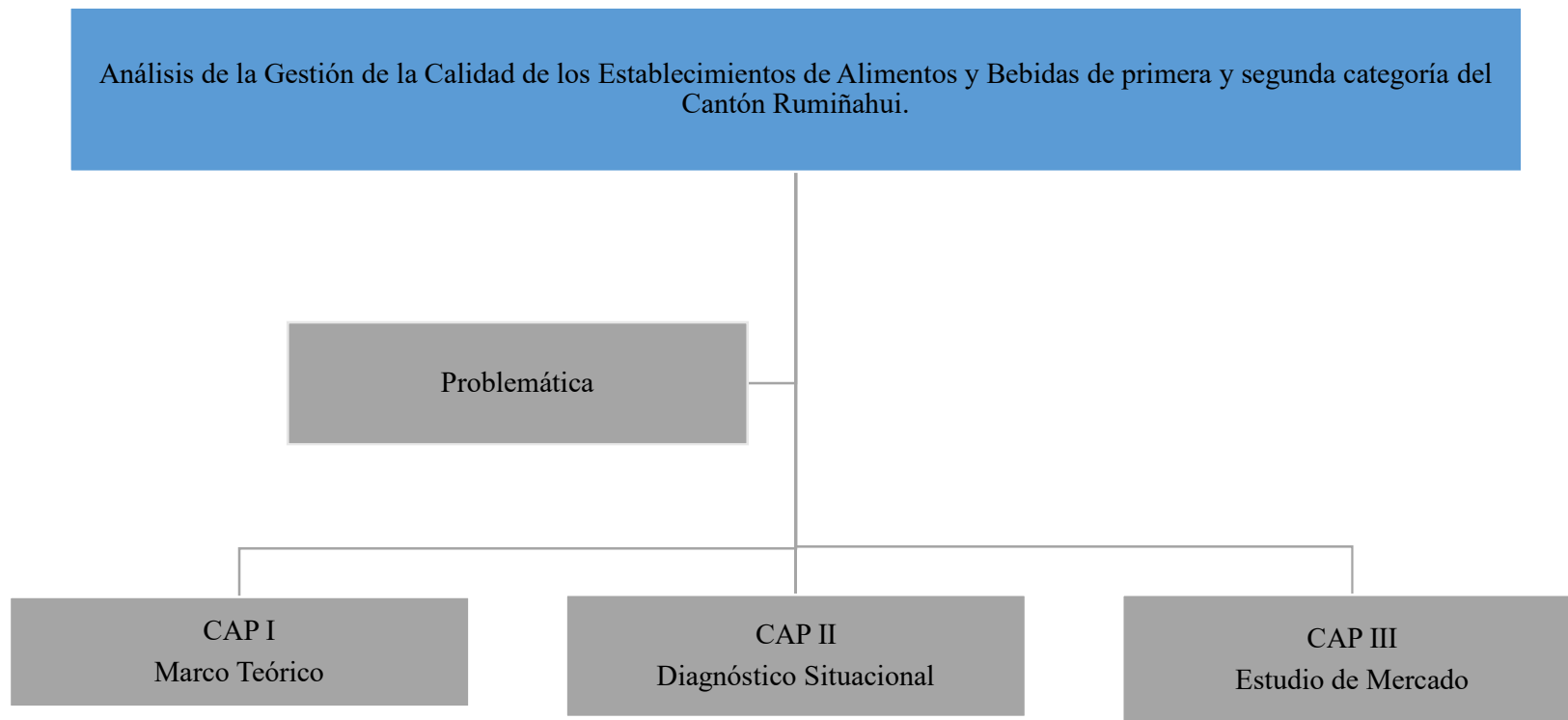
La calidad del producto o servicio se convierte en objetivo fundamental de la empresa; pero si bien con la visión tradicional, se trataba de conseguir a través de una función de inspección en el área de producción, en el enfoque moderno la perspectiva se amplía, considerando que va a ser toda la empresa la que va a permitir alcanzar esta meta, fundamentalmente a través de la prevención. (p. 21-22)

La calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas es fundamental para poder dar un buen servicio a los consumidores, siendo los clientes los principales jueces del trabajo que se realiza para satisfacer las necesidades que el cliente busca, de acuerdo a la norma ISO 8402 (citado en Abril, Enríquez, & Sánchez, 2006), “la totalidad de las características de una entidad, que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas”. (p. 43).

Las empresas frecuentemente piensan que el servicio que brindan a los clientes debe ser mínimo, sin importar el estado en el que se encuentran ofreciendo el mismo, es por esta razón que muchos de los clientes no regresan al lugar y prefieren buscar nuevos establecimientos en los cuales el servicio y el trato sea el mejor, como lo menciona Powell (citado en Tschohl, 2007), “La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas” (p. 2). De acuerdo al servicio, calidad y el trato que las empresas o establecimientos brinden la tasa de ventas será mayor, puesto que la afluencia de los clientes será más seguida.

Un establecimiento al contar con un reconocimiento como es la Marca “Q”, se diferencia de la competencia, contando con estándares de calidad altos y dispone de una ventaja competitiva, Los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Rumiñahui carecen del reconocimiento, sin embargo los establecimientos reconocidos a nivel nacional ya cuentan con el mismo.

### 1.8.3. Componentes Teóricos



**Figura 1 Componentes Teóricos**

## **1.8.4. Antecedentes Investigativos**

### **1.8.4.1. Investigaciones Cualitativas**

En el presente estudio de investigación se encuentra fundamentado en base a fuentes bibliográficas y de internet, por ejemplo en la página web oficial del Ministerio de Turismo se toma en consideración la información referente al proceso que deben cumplir los establecimientos de alimentos y bebidas que desee el reconocimiento a la Marca “Q”, de esta manera se pudo tener una visión más amplia del tema de investigación. Las normas de calidad de servicio son de carácter voluntario para aquellas empresas que deseen obtenerlo.

El desarrollo del análisis del objeto de estudio se encuentra argumentado con las referencias, que contiene el Programa Nacional para la Excelencia Turística del Ministerio de Turismo, donde menciona la influencia de la categorización de los establecimientos de alimentos y bebidas para reconocerlos y se considera la experiencia del Distrito Metropolitano de Quito que sostiene temas de calidad, manejando el Distintivo “Q”, de tal manera que es una base para aplicar las normativas del Ministerio de Turismo en el cantón Rumiñahui a través del lista de verificación emitida por el mismo, a su vez da a conocer el procedimiento para la obtención del reconocimiento con el objetivo de promover la mejora continua para alcanzar la calidad.

Como fuente de información, El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Rumiñahui (2012-2025), proporciona datos generales en relación con los sistemas económicos y socioculturales de la situación de los habitantes según estos factores. Este plan manifiesta el registro y calificación de los establecimientos de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo y legalización en el Municipio del cantón Rumiñahui, se identificó las parroquias que no están en posibilidades de ofrecer servicios de restauración, de la misma manera se pudo analizar estos aspectos fundamentales en relación con el objeto de estudio.

#### 1.8.4.2. Investigaciones Cuantitativas

El estudio de investigación mediante la selección de los instrumentos de recolección de datos de validez y confiabilidad, que correspondan a realidad que se desea conocer acerca de la gestión de la calidad de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui, permitiendo obtener información relevante para alcanzar los objetivos en el proceso de la investigación

El desarrollo del trabajo de investigación se encuentra sustentado en la recolección de datos variables sobre el objeto de estudio realizado a través de la utilización de instrumentos de investigación, por ejemplo la ejecución de la lista de verificación que fue emitida a los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas del catastro del cantón Rumiñahui de acuerdo a la correspondiente muestra de aplicación, con la obtención de las respectivas respuestas, se fue registrando y posteriormente se realizó el análisis de los resultados obtenidos.

#### 1.9. Marco Conceptual

- **Administración:** “Proceso de conseguir que se hagan las cosas, con eficiencia y eficacia, mediante otras personas y junto con ellas”. (Robbins & Decenzo, 2002, pág. 5)
- **Auditoría:** “Es en esencia un chequeo que permite determinar las bondades de sistema, la marcha de un sistema de aseguramiento de la calidad o revisión de programa”. (Durán, 2006, pág. 59)
- **Auditoria de calidad:** “es un examen metódico, sistemático e de una situación de un nivel determinado y relativo a un sistema organizativo, a un proceso o a un producto comparado con un modelo establecido a priori, con objetivo de reducir y mantener en el valor cero toda la desviación detectada”. (Durán, 2006, pág. 98)
- **Bares:** “Establecimientos que, careciendo de comedor, están dotados de barra y también pueden disponer de servicio de mesas en la misma espacial, en los que se proporciona al público bebidas que pueden acompañarse, o no, de tapas, raciones o bocadillos”. (Equipo Vértice, 2010, pág. 13)

- **Cafetería:** “Establecimientos que correspondan a su denominación donde su oferta se basa principalmente en el servicio de bebidas frías y calientes; platos fríos y calientes, simples o combinados, elaborados generalmente en la plancha”. (García, García, & Gil, 2011, pág. 11)
- **Calidad:** “Conjunto de atributos o propiedades de un objeto que nos permiten emitir un juicio de valor acerca de él”. (Gutierrez, 2004, pág. 23).
- **Competitividad:** “Capacidad por parte de éstas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado”. (Martínez, 2007, pág. 19)
- **Competencia:** “Se le reconoce como actitud, aptitud, habilidad, comportamiento, capacidad y no existe un consenso al respecto”. (Monzó, 2006, pág. 26)
- **Categoría:** “Se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite mediar la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría”. (Ministerio de Turismo , 2015, pág. 3)
- **Distintivos:** “Requisitos voluntarios que permiten elevar los estándares de calidad de un establecimiento de alojamiento turístico, y le facultan acceder a la distinción de superior, en caso que deseen adquirir la misma”. (Ministerio de Turismo , 2015)
- **ISO:** “Es el organismo internacional de normalización y está formado por los organismos nacionales de normalización de los distintos países”. (Sangüesa, Sánchez, Dueñas, Ilzarbe, & Thonsom, 2006, pág. 51).
- **Lista de Verificación:** “Es un formulario que se usa para registrar la frecuencia con que se presentan las características de cierto producto o servicio relacionadas con la calidad”. (Krajewski & Ritzman, 2000, pág. 228).
- **Ministerio de Turismo:** “El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrolla sostenible, consiente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación,

gestión, promoción, difusión y control”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 1).

- **Muestra:** “Subgrupo de la población, que se selecciona para participar en el estudio”. (Malhotra, 2008, pág. 335)
- **Normalización:** “Actividad que tiene como objetivo instaurar un proceso a través del cual se unifican criterios respecto a determinadas materias y se posibilita la utilización de un lenguaje común en un determinado campo de acción”. (Verdoy, Mahiques, Sagasta, & Sirvent, 2006, pág. 18).
- **Posicionamiento:** “Arreglo de una oferta de mercado para ocupar un lugar claro, distintivo y deseable en relación con productos competidores en las mentes de los consumidores meta”. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 50).
- **Planificación Estratégica:** “Es el conjunto de elementos que permiten alcanzar los objetivos previstos, este documento también llamado estrategia, debería incluir objetivos, normas, medidas de actuación, planes de acción, indicadores y responsables”. (Muñiz, 2009, pág. 27).
- **Precio:** “La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio; la suma de valores que los clientes intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 257).
- **Producto:** “Idea de que los consumidores favorecerán a los productos que ofrezcan la mayor calidad, el mejor desempeño y las características más Elementos Orientadores innovadoras”. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 10)
- **Q Calidad Turística:** “Es un distintivo que consiguen aquellos establecimientos que cumplen unos requisitos y estándares de calidad que garantizan a los clientes a la excelencia en el servicio”. (Durán, 2006, pág. 111)
- **Requisitos Obligatorios:** “Requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria los establecimientos de alojamiento turístico a nivel nacional, sea cual fuere su clasificación o categoría, con excepción de los determinados como categoría única”. (Ministerio de Turismo , 2015)
- **Restaurante:** “Lugar donde se sirven bebidas y comidas a los clientes que pagan por ello. Las personas acuden a los restaurantes no sólo para comer, sino también para encontrarse con conocidos, para promover la socialización, para ver y ser vistas”. (Panosso & Lohman, 2012, pág. 59)

- **Servicio de Alimentos y Bebidas:** “Actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento”. (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 11)
- **Sistema de Gestión:** “Conjunto interrelacionado de elementos (métodos, procedimientos, instrucciones, etcétera), mediante los que la organización planifica y/o ejecuta y/o controla determinadas actividades relacionadas con los objetivos que desea alcanzar”. (Casadesús, Heras, & Merino, 2005, pág. 76)
- **Sistema de Gestión Ambiental:** “Busca satisfacer a la sociedad en conjunto en su requisito de que a producción servicio se presta de una forma respetuosa con el medio ambiente”. (Fernández, 2006, pág. 13)
- **Sistema de gestión de la Prevención de Riesgos Laborales:** “Busca satisfacer a la sociedad en conjunto en su requisito de que a producción servicio se presta de una forma respetuosa con la integridad del persona que interviene en el desarrollo, fabricación y prestación de servicios”. (Fernández, 2006, pág. 13)
- **Servicio al Cliente:** “Todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente”. (Paz, 2005, pág. 1).
- **Satisfacción del cliente:** “Medida en la cual el desempeño percibido de un producto es igual a las expectativas del comprado”. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 14)
- **Valor percibido por el cliente:** “Evaluación del cliente de la diferencia entre los beneficios y todos los costos de una oferta de mercado en relación con las ofertas de la competencia”. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 13)



## **CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **2.1. Análisis Externo**

El análisis externo va relacionado con aspectos dentro de una empresa o un país, detectando, evaluando las tendencias y factores que se encuentran suscitando en ese momento y a su vez para su diagnóstico se toma cifras o aspectos que se han dado meses o años anteriores, para la presente investigación se analizó aspectos micro y macro ambiente del país, y de esta manera se analizó los diferentes parámetros que involucran a la misma.

#### **2.1.1. Macro Ambiente**

El macro ambiente se encuentra constituido por factores que rodean a la empresa, sobre las cuales no se puede ejercer ningún control, y en los que se puede dar cambios repentinos. Se encuentra compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o a su vez se presentan como una amenaza para la empresa en este caso al país, se divide en diferentes aspectos, en los cuales se realizara un análisis como son: entorno económico, socio cultural, geográfico, político y legal.

##### **2.1.1.1. Entorno Económico**

A través del análisis económico se determina, examina y evalúa las características de los agentes internos y externos de Ecuador, definiendo el estado actual de la economía tomando como referencia los tres últimos años, fundamentado la presente información de los boletines macro económicos que emite el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en sus reportes de economía laboral de manera anual.

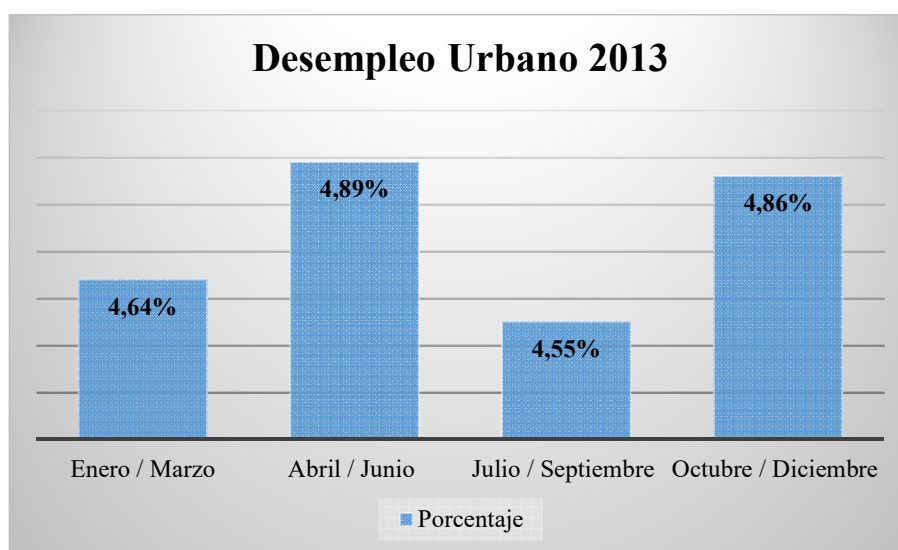
###### **2.1.1.1.1. Tasa de Desempleo**

La tasa de desempleo en el Ecuador varía constantemente afectando de manera directa a todo el país y dentro de estas cifras oficiales se encuentra el cantón Rumiñahui. La crisis económica es un factor que obliga a las empresas a disminuir su personal, provocando que la tasa de desempleo siga en aumentando.

**Tabla 1**  
**Desempleo Urbano 2013**

Trimestral 2013	Porcentaje de Desempleo
Enero / Marzo	4,64%
Abril / Junio	4,89%
Julio / Septiembre	4,55%
Octubre / Diciembre	4,86%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)



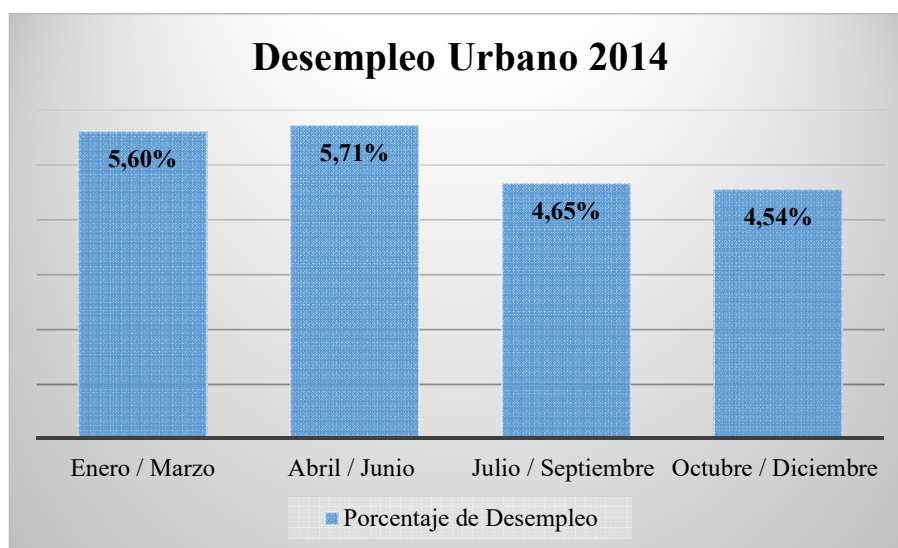
**Figura 2 Desempleo Urbano 2013**

En los cuatro periodos trimestrales del año 2013 la tasa de desempleo urbano de Ecuador registro un incremento de 4,89% esto corresponde a periodo abril-junio, de esta manera se evidencia que el país ha tenido durante este año cambios constantes que afectan la estabilidad laboral de los habitantes del sector urbano.

**Tabla 2**  
**Desempleo Urbano 2014**

Trimestral 2014	Porcentaje de Desempleo
Enero / Marzo	5,60%
Abril / Junio	5,71%
Julio / Septiembre	4,65%
Octubre / Diciembre	4,54%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)



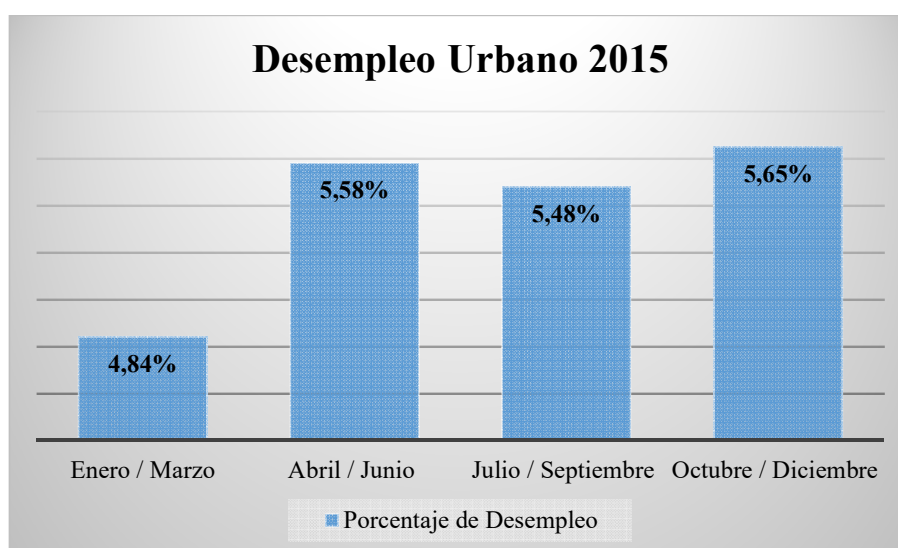
**Figura 3 Desempleo Urbana 2014**

De acuerdo a las cifras registradas en el año 2015, es significativo la disminución del porcentaje de desempleo, con estos datos son indicadores que demuestran que la población ecuatoriana tuvo oportunidad para ingresar al mercado laboral, reflejando un mayor número de personas con empleo.

**Tabla 3**  
**Desempleo Urbano 2015**

Trimestral 2015	Porcentaje de Desempleo
Enero / Marzo	4,84%
Abril / Junio	5,58%
Julio / Septiembre	5,48%
Octubre / Diciembre	5,65%

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)



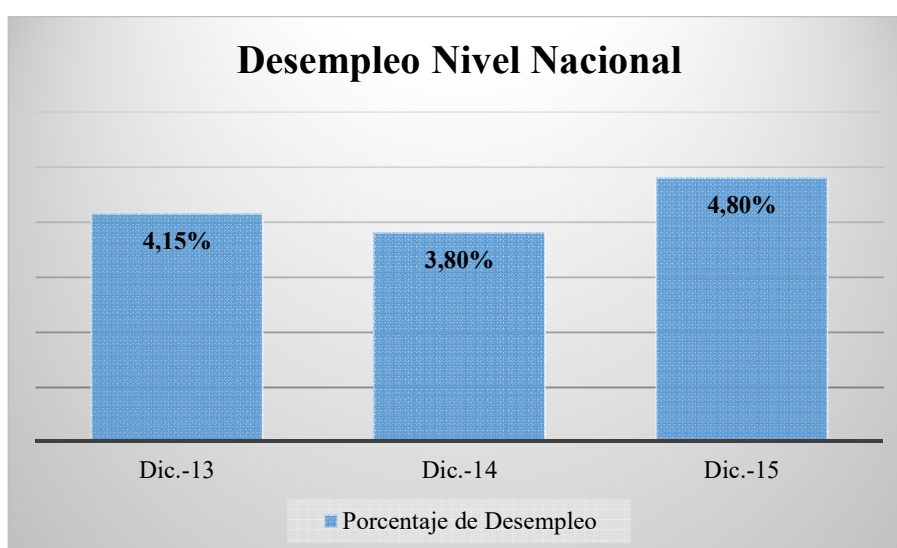
**Figura 4 Desempleo Urbano 2015**

Es importante mencionar que el país en el año 2015 a partir del segundo periodo abril-junio, se dio inicio al incremento de la tasa de desempleo 5.58% , afectando de manera directa a nivel nacional a la población que busca oportunidades de ofertas laborales dentro de los sectores productivos de Ecuador.

**Tabla 4**  
**Desempleo Nivel Nacional**

Meses /Año	Porcentaje de Desempleo
Diciembre 2013	4,15%
Diciembre 2014	3,80%
Diciembre 2015	4,80%

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



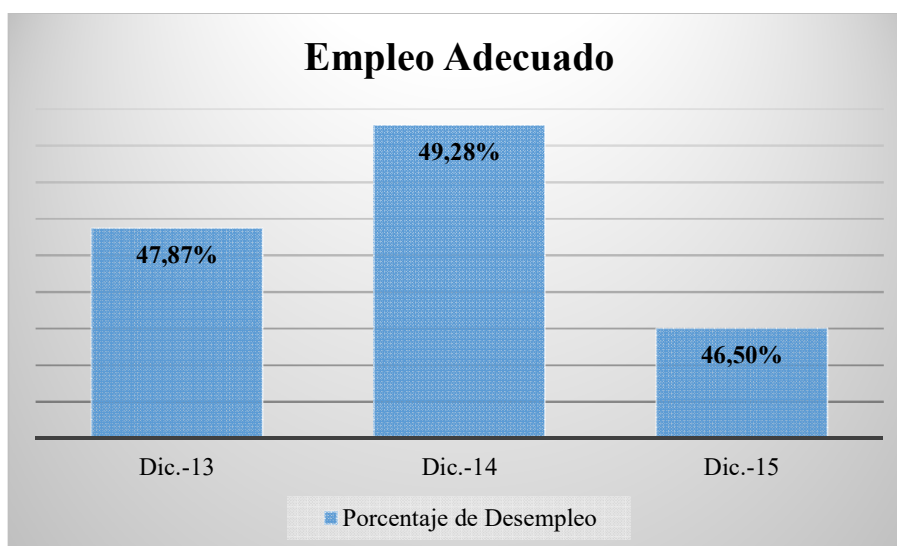
**Figura 5 Desempleo Nivel Nacional**

Según datos de Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ecuador ha registrado durante los tres últimos años (2013-2014- 2015), el porcentaje de desempleo ha tenido cambios significativos para el país, durante estas variaciones se han tenido incrementos más aun evidentemente en el año 2015 que se ha caracterizado por tener periodos que determinaron e incremento constante de la tasa de desempleo a nivel nacional afectando de esta manera a la economía activa del país.

**Tabla 5**  
**Empleo Adecuado Nivel Nacional**

Meses /Año	Porcentaje de Desempleo
Diciembre 2013	47,87%
Diciembre 2014	49,28%
Diciembre 2015	46,50%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



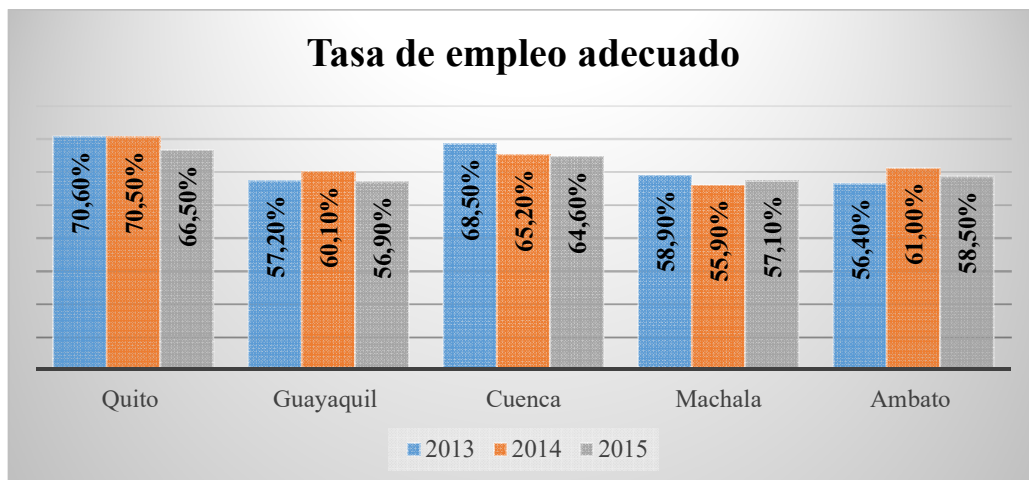
**Figura 6 Empleo Adecuado Nivel Nacional**

Los datos registrados correspondientes al empleo adecuado a nivel nacional de acuerdo a la situación laboral que permite a los empleados disponer del salario mínimo, se evidenció un incremento anual de 1,42% entre los años 2013- 2014, a comparación del año 2014-2015 que demuestra la reducción anual de 2,8%, identificando así variaciones durante los tres últimos años.

**Tabla 6**  
**Tasa de empleo adecuado**

Ciudad	2013	2014	2015
Quito	70,6%	70,5%	66,5%
Guayaquil	57,2%	60,1%	56,9%
Cuenca	68,5%	65,2%	64,6%
Machala	58,9%	55,9%	57,1%
Ambato	56,4%	61,0%	58,5%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



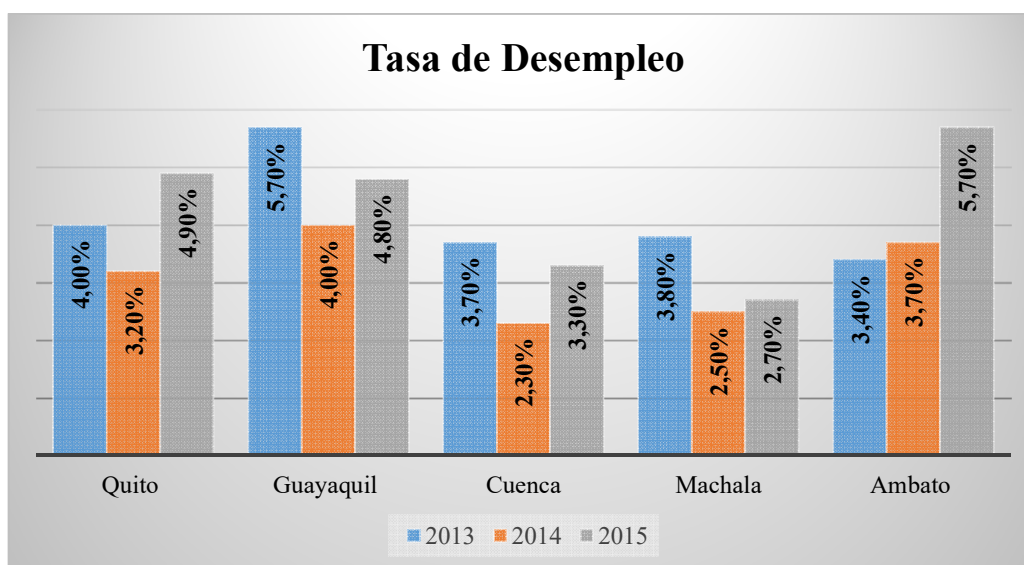
**Figura 7 Tasa de empleo adecuado por ciudades**

Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato forman parte de las ciudades autos representados, se observó que Quito y Cuenca cada año han tenido reducciones en las cifras de empleo remunerado para la población en los años 2013 a 2015, Guayaquil, Machala y Ambato son ciudades que han mantenido cambios constantes que varían entre incrementos y reducciones porcentuales en la tasa de empleo adecuado.

**Tabla 7**  
**Tasa de Desempleo por ciudades**

Ciudad	2013	2014	2015
Quito	4,0%	3,2%	4,9%
Guayaquil	5,7%	4,0%	4,8%
Cuenca	3,7%	2,3%	3,3%
Machala	3,8%	2,5%	2,7%
Ambato	3,4%	3,7%	5,7%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



**Figura 8 Desempleo por ciudades**

Cabe mencionar que la tasa de desempleo ha crecido en cada año en la ciudad de Ambato con un incremento de 2,3% en los tres últimos años, las demás ciudades como Quito, Guayaquil han teniendo variaciones a causa de incrementos y reducciones en cifras estadísticas de desempleo. En el año 2013 Ambato es la ciudad cuenta con menor porcentaje de desempleo que es un 3,4% y para el año 2014-2015 se evidencio todo lo contrario esta ciudad alcanzó mayores cifras de desempleo conjuntamente con Guayaquil estas ciudades representan significativamente los sectores laborales del país.



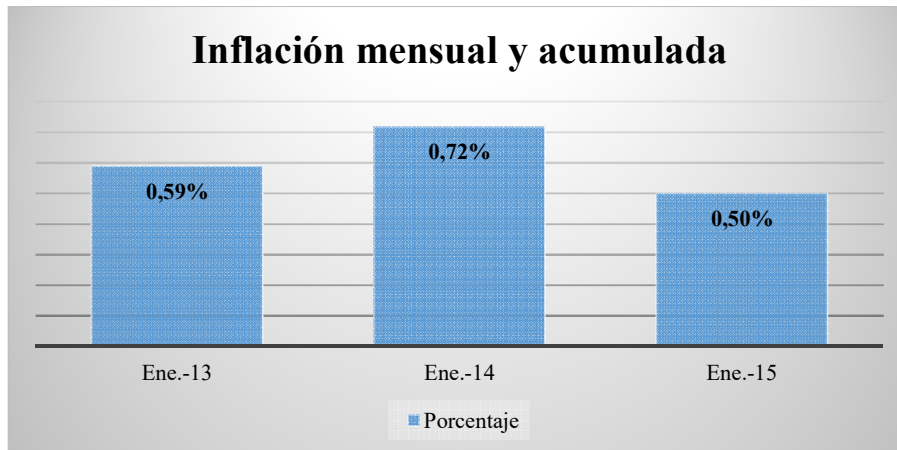
### 2.1.1.1.2. Tasa de Inflación

La tasa de inflación se enmarca dentro del proceso económico, el cual se ocasiona por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda, a su vez causa el incremento continuo de los precios de la mayor parte de los productos, viene y servicios de producción de Ecuador.

**Tabla 8**  
**Inflación mensual y acumulada**

Año	Porcentaje
Enero 2013	0,59%
Enero 2014	0,72%
Enero 2015	0,50%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



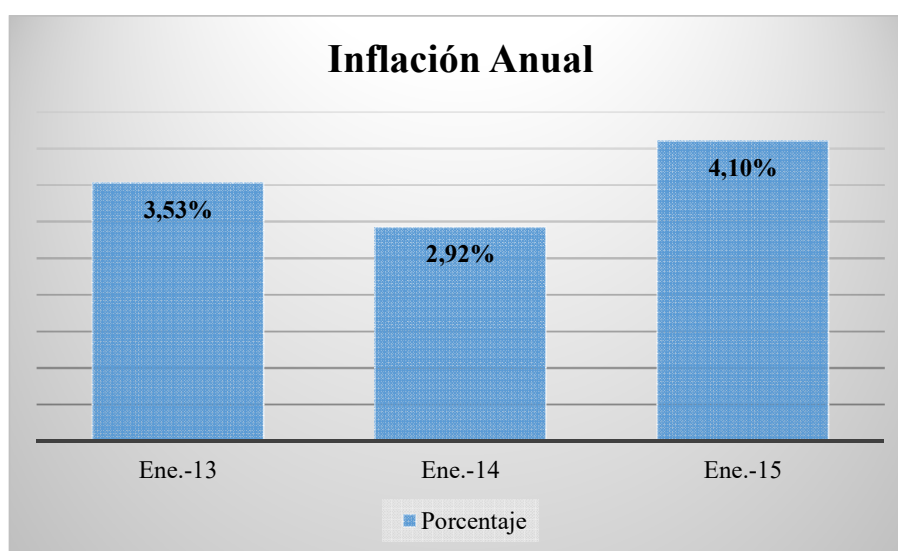
**Figura 9 Inflación mensual y acumulada**

La inflación mensual y acumulada en los tres últimos años han registrado variaciones en los porcentajes, evidentemente en los años 2013-2014 se presentó un aumento de 0,13% y entre los años 2014-2015 se dio una disminución del 0,22%, de tal manera que la inflación de productos y servicios ha proporcionado a la población factores económicos de crecimiento y reducción.

**Tabla 9**  
**Inflación anual**

<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
Enero 2013	3,53%
Enero 2014	2,92%
Enero 2015	4,10%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



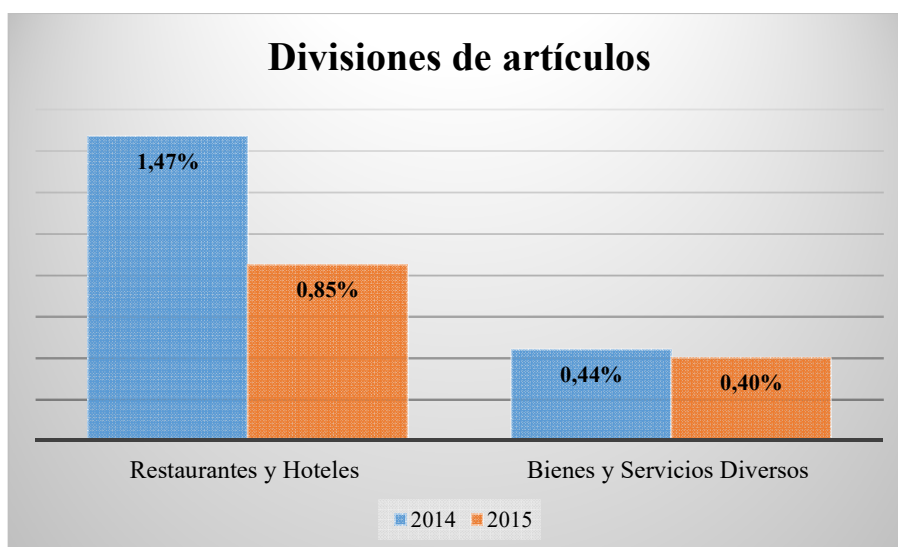
**Figura 10 Inflación anual**

En el aspecto de Inflación anual entre el año 2013/14 se dio una disminución de 0,61% y volvió aumentarse en el año 2015 con un 1,18%.

**Tabla 10**  
**Inflación mensual por divisiones de artículos**

<b>Artículos</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Restaurantes y Hoteles	1,47%	0,85%
Bienes y Servicios Diversos	0,44%	0,40%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



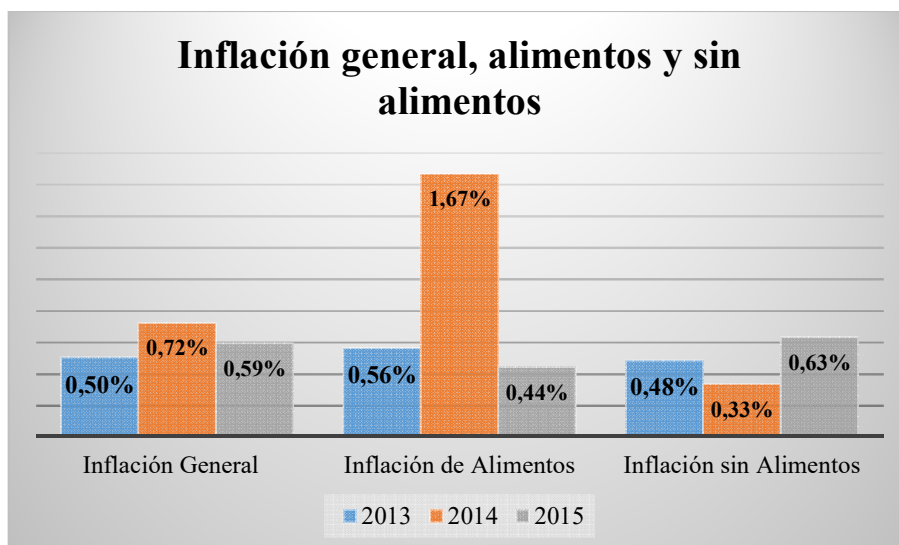
**Figura 11 Inflación mensual por divisiones de artículos**

Inflación mensual por divisiones de artículos, en la figura se puede evidenciar que en el sector Restaurantes y Hoteles existe una reducción de 0,62% cifra que demuestra el porcentaje de participación de los establecimientos de alimentos y bebidas dentro de la economía de país, mientras que en el sector de bienes y servicios diversos existe una reducción baja de 0,04%, correspondiente a los años 2014-2015.

**Tabla 11  
Inflación general, alimentos y sin alimentos**

<b>Inflación</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Inflación General	0,50%	0,72%	0,59%
Inflación de Alimentos	0,56%	1,67%	0,44%
Inflación sin Alimentos	0,48%	0,33%	0,63%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)



**Figura 12 Inflación general, alimentos y sin alimentos**

Los factores inflación a nivel general, de alimentos y sin alimentos, tomando en cuenta los tres últimos años, en el año 2014 el porcentaje mayor con 0,72% y el menor en el año 2013 con 0,50% proporcionando un aumento de 0,22% entre los años 2013-2014 y una reducción de 0,13% entre los años 2014-2015, en el caso de inflación de alimentos representa en los tres años valores representativos a nivel nacional. Para la inflación sin alimentos el año 2014 determina el porcentaje más bajo a comparación de los años que tienen antecedentes de cifras mayores a la actual.

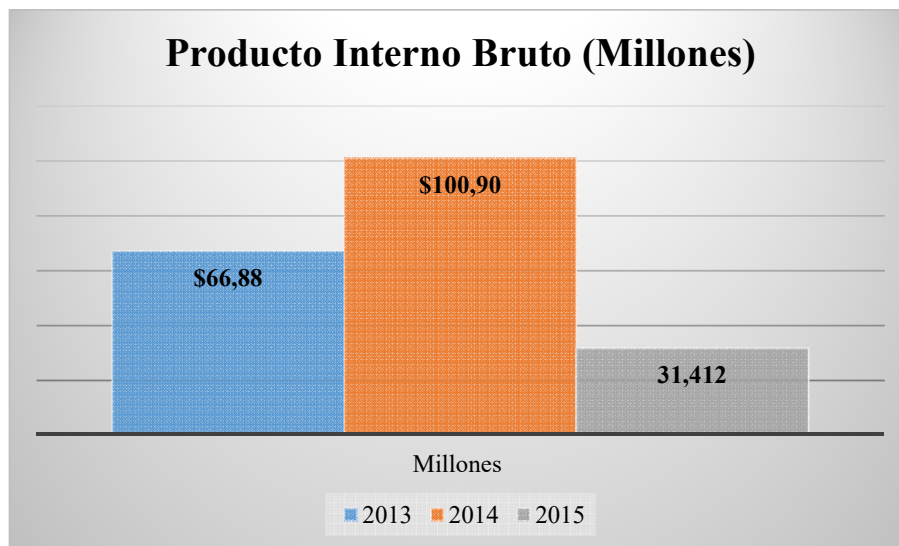
#### **2.1.1.1.3. Análisis del PIB**

El PIB es un valor monetario que posee el país, producido de bienes y servicios, al realizar un análisis del mismo, se podrá medir si dentro de los últimos tres años existió un crecimiento o decrecimiento, se detallará los valores que fueron producidos por parte del petróleo y su exportación.

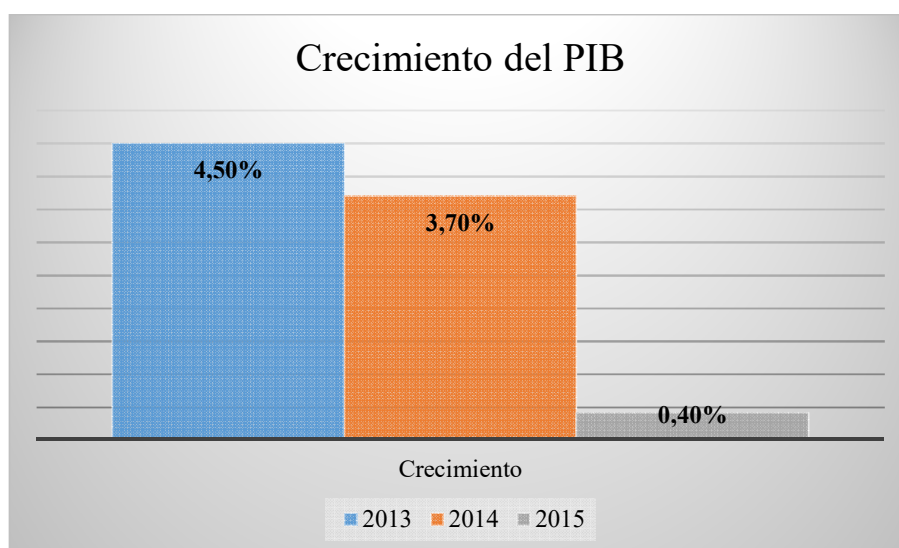
**Tabla 12**  
**Producto Interno Bruto**

PIB	2013	2014	2015
Crecimiento	4,5%	3,7%	0,4%
Millones	\$ 66,879	\$ 100,9	\$ 31,412

Fuente: (Banco Central del Ecuador)



**Figura 13 Producto Interno Bruto (Millones)**



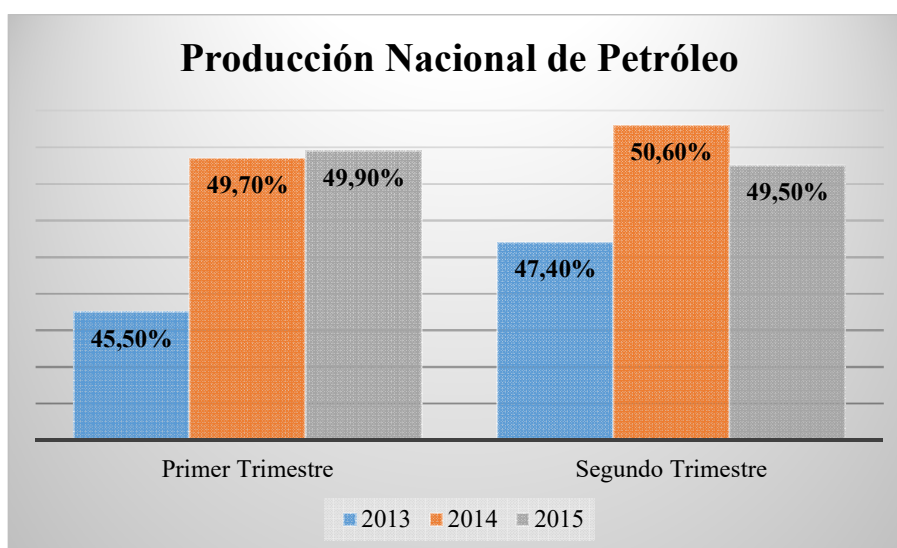
**Figura 14 Producto Interno Bruto (Crecimiento)**

El Producto Interno Bruto en los tres últimos años ha tenido un constante cambio, tanto en ingresos económicos como en crecimiento anual, estableciendo en el año 2014 más ingresos en millones tuvo el país con \$100,90, mientras que en el 2015 fue el año que menos ingresos se obtuvo con \$31,412 millones, en el caso del crecimiento el año 2015 tuvo un porcentaje muy bajo con 0,4%. El crecimiento del producto interno bruto define el estado de los ingresos que tiene el país durante estos tres últimos años.

**Tabla 13**  
**Producción Nacional de Petróleo**

Periodo	2013	2014	2015
Primer Trimestre	45,5%	49,7%	49,9%
Segundo Trimestre	47,4%	50,6%	49,5%

Fuente: (Banco Central del Ecuador)



**Figura 15 Producción Nacional de Petróleo**

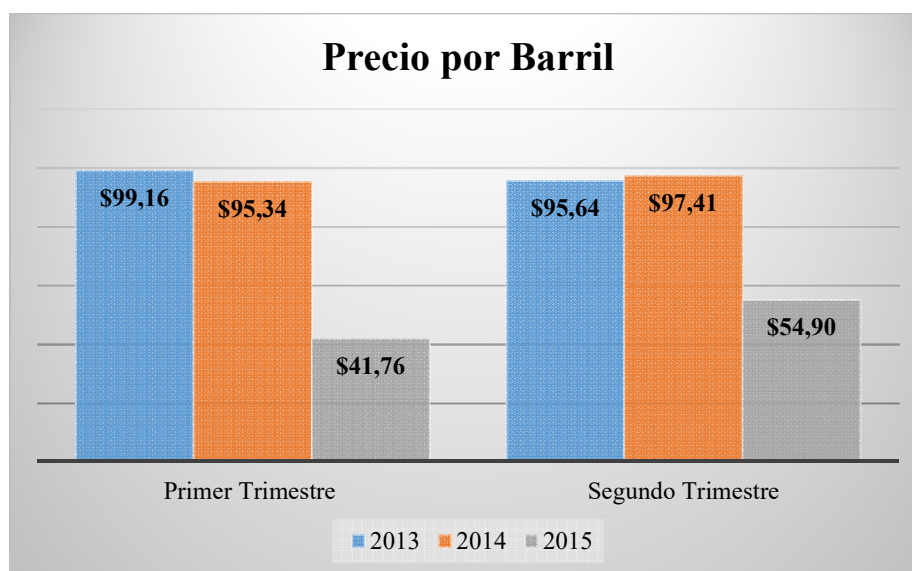
El Producto Nacional del Petróleo, comprende más a la producción de las empresas públicas que de las empresas privadas, se determinó en los últimos tres años dentro de los dos trimestres, especificando que se existió tanto aumento como disminución de millones de barriles, proporcionando en los años 2013- 2014 en el primer trimestre un aumento de 4,2% y en los años 2014- 2015 un corto aumento de

0,2%, sin embargo en el segundo trimestre entre los años 2013 – 2014 existe un aumento de 3,2% y una disminución de 1,1% entre los años 2014 – 2015.

**Tabla 14**  
**Exportación Nacional de Crudo (Barril)**

Periodo	2013	2014	2015
Primer Trimestre	\$ 99,16	\$ 95,34	\$ 41,76
Segundo Trimestre	\$ 95,64	\$ 97,41	\$ 54,90

Fuente: (Banco Central del Ecuador)



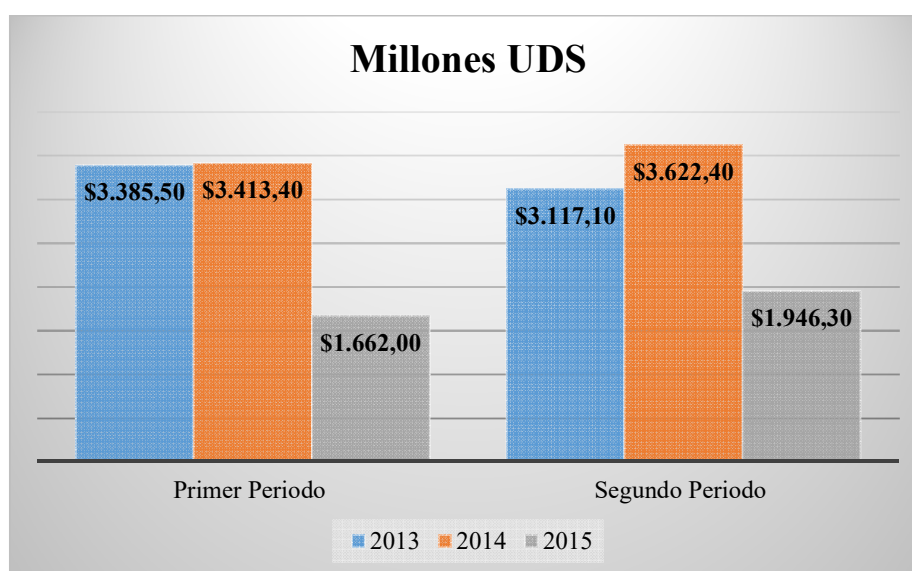
**Figura 16 Exportación Nacional de Crudo (Barril)**

Las exportaciones de petróleo ha tenido una variación constante tanto en el precio por barril y en millones de dólares, en los dos primeros trimestres de los años 2013 a 2015, el precio de petróleo por barril ha tenido un decrecimiento en el primer trimestre, entre los años 2013 – 2014 con \$3,82 por barril mientras que en los años 2014 – 2015 hubo una disminución de \$53, 58 por barril, mientras que en el segundo trimestre se dio un aumento de \$1, 77 entre los años 2013 – 2014 y una disminución de \$42,51 por barril entre los años 2014 – 2015.

**Tabla 15**  
**Exportación Nacional de Crudo (Millones)**

Periodo	2013	2014	2015
Primer Periodo	\$ 3.385,5	\$ 3.413,4	\$ 1.662,0
Segundo Periodo	\$ 3.117,1	\$ 3.622,4	\$ 1.946,3

Fuente: (Banco Central del Ecuador)



**Figura 17 Exportación Nacional de Crudo (Millones)**

Dentro de la Exportación Nacional de Crudo en el ámbito de millones de dólares, en los dos primeros trimestres del año, entre los años 2013 a 2015, dando un aumento de \$27,9 en los años 2013 – 2014 y una disminución de \$1,751.4 en los años 2014-2015 y en segundo trimestre en los años 2013 – 2014 un aumento de \$505.3 y un decrecimiento de \$1,467.1.

#### **2.1.1.2. Entorno Político**

Se determina a los diferentes poderes estatales, estabilidad económica y la manera de toma de decisiones con la que cuenta un país, especificando que esta toma de decisiones se lo hace de acuerdo a la ideología con la que cuenta el gobierno que se



encuentra a cargo en ese momento, partiendo de normativas y medidas generales que se han venido manteniéndose de gobiernos anteriores.

#### **2.1.1.2.1. Forma de Gobierno Ecuatoriano**

El socialismo del siglo XXI en Ecuador define un poder de política organizada con el fin de obtener la participación de la sociedad con ciudadanos solidarios y vinculados a objetivos comunes para que fortalezca el bienestar del país. Como retos del país se han convertido el socialismo y sumak kawsay (Buen Vivir), este modelo propone una lógica humanista y solidaria orientado al mejoramiento y satisfacción de las necesidades humanas. Se promueve la idea de vivir bien y la justicia que se convierte en un componente del desarrollo integral del país. (Secretaría Nacional y Planificación y Desarrollo, 2010, págs. 77-78).

Ecuador desde el año 1998 ha tenido una fase constitucional con tiempo de duración extendido en la historia política del país caracterizado por las diversas formas de gobierno de cada presidente. Para el año 1996 el país estaba en un periodo de inestabilidad política porque durante una década Ecuador tuvo seis presidentes que fueron derrocados del cargo por inconformidades en sus mandatos, estos factores afectaron al país económica y políticamente. (Miño, 2008)

El Economista Rafael Correa Delgado es el presidente Constitucional del Ecuador, su primer mandato inició en el año 2007, fue electo por segunda ocasión para el periodo 2012 -2013 y nuevamente para un tercer mandato que finalizará en el año 2017, su gobierno se encuentra regido mediante la nueva constitución de 2008. (Gobierno Nacional de la República del Ecuador, 2016)

El gobierno actual tiene nueve años de estabilidad política en el país, a través de su proyecto de Revolución Ciudadana, con ideología socialista y su movimiento político Alianza País, el cual beneficio para la creación de una sociedad incluyente, solidaria y equitativa bajo la manifestación ideológica basada en la búsqueda del socialismo del Buen Vivir con la inclusión de los estratos más pobres dentro de la participación ciudadana justa y solidaria. En su primer mandato creó el Plan Nacional del Buen Vivir que se inició desde el año 2013 y tiene como fecha de culminación el

año 2017, con la finalidad de articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. (Alianza País, 2015).

Cabe mencionar que la estabilidad política del país ha generado aspectos positivos dentro los sectores productivos, grandes empresas realizando inversiones en varias ciudades del país. En el sector de alimentos y bebidas se ha evidenciado el crecimiento de cadenas alimenticias con establecimientos de primera y segunda categoría en el cantón Rumiñahui, activando de esta manera la infraestructura de alimentos y bebidas del sector.

#### **2.1.1.2.2. Programas Gubernamentales**

La participación del gobierno en diferentes proyectos tanto políticos como sociales, ayudan al desarrollo del país, entre los cuales se encuentran: Plan Nacional del Buen Vivir, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan de Desarrollo del Cantón Rumiñahui

##### **2.1.1.2.2.1. Plan Nacional del Buen Vivir**

El Plan Nacional del Buen Vivir consta de 12 objetivos que buscan alcanzar el Buen Vivir para todos los ecuatorianos, el gobierno actualmente incentiva a que todas las empresas tengan un cambio en la matriz productiva, como es el caso en el Objetivo 10 que define lo siguiente:

Impulsar la transformación de la matriz productiva, el cual consta de 9 lineamientos, y se enfoca en la prestación de servicios, dentro de los lineamientos el que se enfoca directamente con el tema de investigación es el número 3, que analiza el fortalecimiento dentro del sector de servicios, para llegar fomentar un empleo inclusivo, a su vez fortalece el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad, y se encuentre bajo esquemas de competitividad y productividad en su presentación, para garantizar los derechos tanto de los proveedores como de los consumidores. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2016).

#### **2.1.1.2.2.2. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo**

Esta institución pública tiene como principal objetivo implementar niveles de administración y coordinación de la planificación participativa a través de la consolidación de un estado democrático para el buen vivir de la sociedad, existen lineamientos y metodologías para determinar la asignación de recursos en proyectos de inversión pública destinados para el Plan Nacional de Buen Vivir con el fin de realizar cambios y contribuir en la gestión de sectores de planificación para garantizar la provisión de bienes y servicios públicos a los ciudadanos otorgando la equidad territorial. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2016)

#### **2.1.1.2.2.3. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui**

Rumiñahui ha tenido procesos de planificación a partir de la década de los ochenta con el Plan de Desarrollo Integral de 1988, posteriormente en el 2002 el Plan Estratégico Participativo a pesar de que las leyes no exigían la realización de estos procesos; pero sin embargo primó la voluntad política. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015, pág. 11).

Siendo así, para el año 2010 los Códigos y leyes concernientes a la Planificación y Participación Ciudadana: Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD., Ley de Participación Ciudadana y Código de Planificación y Finanzas Públicas (COPFIP), siendo este último donde se establecen los procedimientos a seguir para la formulación de los Planes de Desarrollo y Planes de Ordenamiento Territorial y además se establece la obligatoriedad de su realización para todos los Gobiernos Autónomos. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015, pág. 11).

El GAD del cantón Rumiñahui proyectó los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial al año 2025, de tal manera hace referencia a los puntos específicos que forman parte del presupuesto participativo, con el fin de realizarlos en las parroquias

urbanas, rurales, grupos de atención prioritaria e intergeneracionales del cantón. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015, pág. 11).

Actualmente se cuenta con órganos funcionales y ordenanzas claras que normalizan la participación ciudadana dentro del cantón y a todo nivel de proyectos. Para el desarrollo los planes mencionados anteriormente, se cuenta con la participación del Comité de Gestión, Participación Cantonal y Consejo de Planificación Cantonal. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015, pág. 11).

A través del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial el cantón se presenta los resultados de las metas propuestas y el alcance de las mismas en los sistemas político- institucional, ambiental, económico, social, cultural, asentamientos humanos, movilidad, energía, conectividad y participación ciudadana relacionados para determinar las problemáticas y potencialidades, fundamentados en bases de datos e indicadores resultantes de información actualizada priorizados de acuerdo al análisis estratégico territorial. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015)

De acuerdo al artículo 3 del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2015 define que:

“Los planes de desarrollo y ordenamiento territorial de los gobiernos autónomos descentralizados deberán contener, al menos, los indicadores y las metas que los correspondan para contribuir al cumplimiento de las metas del Plan Nacional de Desarrollo del país, en el marco de sus competencias”. (p. 12)

En el cantón Rumiñahui existe una gran variedad de industrias que se ubican cercanas al área urbana. La mayor parte de las infraestructuras relacionadas a esta actividad dentro del cantón son de tipo alimenticias, establecimientos de alimentos y bebidas, procesadoras de materia prima y centros de acopio. Considerando que en los factores indicadores del campo ocupacional se encuentra un incremento dentro del sector de alimentos y bebidas como actividad productiva en el cantón. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015)

### **2.1.1.2.3. Organismos de control**

#### **2.1.1.2.3.1. Sistema Inicial de Gestión Organizacional - SIGO ECUADOR**

Es una herramienta de gestión de rápida implementación para el mejoramiento de la calidad de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas (MIPYMES), teniendo en cuenta que el Ministerio de Turismo apoya a los empresarios para que puedan seguir la dirección de sus negocios y consigan adaptar el sistema de gestión y estándares de calidad, con la finalidad de llegar a satisfacer las necesidades de los clientes tanto internos como externos, y lograr obtener una mayor rentabilidad y competitividad (Ministerio de Turismo , 2013)

Mientras se implementa el sistema, las empresas pueden recibir capacitaciones, visitas de asesorías técnicas individuales y obtener diferentes materiales de apoyo con la finalidad de implementar un sistema de gestión de calidad para las mismas. Las personas que reciben la capacitación tienen como responsabilidad transmitir a sus empleados la información sobre el sistema de calidad y de esta manera las empresas puedan alcanzar a participar en el programa. (Ministerio de Turismo , 2013)

Mantiene 3 módulos y 9 herramientas, enfocada a los siguientes temas: CALIDAD PERSONAL; ENFOQUE EN EL CLIENTE; GESTIÓN DE RUTINA Y LA MEJORA. (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 12).

Las capacitaciones que brinda el Ministerio de Turismo se encuentran avalados completamente por el mismo, por lo que las empresas que brindan servicios pueden acceder con facilidad para la obtención de información y de esa manera darle un valor agregado a la misma al conseguir el Distintivo SIGO para su empresa. (Ministerio de Turismo , 2013)

Este sistema cuenta con su lista de verificación para determinar en el estado en el que se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas, la cual consta de 30 preguntas, y se encuentra dividido en tres módulos, a continuación se presenta dicha lista que fue extraída del Manual de Implementación SIGO.

Logo de la empresa
-----------------------

### Lista de Verificación (F-G- 01)



Empresa: .....

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

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

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

**Tabla 16**  
**Escala de Puntaje**

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 esta entre un 51 y un 100%
4	Implementación concluida con medición de resultados, al menos un año de maduración y mejora

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 24)

**Tabla 17**  
**Lista de Verificación (Módulo 1)**

<b>1. Módulo: CALIDAD PERSONAL</b>					
<b>Acciones</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1. La empresa adopta un lenguaje que facilite la tarea administrativa la transferencia de los recursos y el potencial humano hacia los objetivos.					
2. La responsabilidad de la implementación del sistema de gestión se ha dividido entre las personas clave, y se ha creado una estructura para la transformación.					
3. La empresa realiza de manera grupal, labores para mejorar sus condiciones internas e integrar a todo el personal.					
4. Existe un programa de capacitación para todos que tengan en cuenta aspectos técnicos y humanos.					
5. La empresa cuenta con un organigrama oficial y los colaboradores conocen sus responsabilidades.					
6. Los líderes de la empresa han recibido capacitación en conceptos de desarrollo personal y liderazgo					
7. La empresa implementa el día del descarte y las personas reciben capacitación sobre el método de las 5S.					
8. El ambiente de trabajo es disciplinario.					
9. Existe un entorno, en donde prevalece el orden, la limpieza y buenas condiciones de seguridad.					
10. La empresa genera condiciones para la implementación simultánea de diferentes herramientas de gestión.					
<b>Puntaje: 30 puntos</b>	<b>Suma:</b>				
<b>La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo</b>	<b>Total</b>				

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 24)

**Tabla 18**  
**Lista de Verificación (Módulo 2)**

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

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 25)



**Tabla 19**  
**Lista de Verificación (Módulo 3)**

<b>3. Módulo: GESTIÓN DE RUTINA Y LA MEJORA</b>					
<b>Acciones</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1. La empresa identifica las diferentes áreas, cuáles son los productos, los clientes y proveedores de cada una de ellas.					
2. Los procesos clave del negocio, están estandarizados y cuentan con metas e indicadores de gestión.					
3. Los estándares enfatizan los requerimientos u objetos que el proceso debe cumplir, las restricciones y las actividades principales a través de métodos gráficos, como fotografías, diagramas, etc.					
4. La estandarización se realiza con la participación de los colaboradores involucrados en los procesos.					
5. Cuando se contrata a un nuevo colaborador, recibe la inducción y capacitación necesaria para manejar adecuadamente los procesos basándose en los documentos con los que se estandarizó la rutina.					
6. Existen métodos efectivos de planificación que permiten la asignación ordenada de recursos a los proyectos prioritarios de la empresa.					
7. La empresa realiza análisis financieros y cuenta con un mecanismo de control para la toma de decisiones.					
8. La empresa ha desarrollado su Política Básica, Misión, valores y Visión.					
9. La empresa establece objetivos anuales (políticas o directrices) y estos son comunicados a toda la organización.					
10. Se realizan actividades y esfuerzos tendientes a que la filosofía organizacional sea conocida, asimilada y se convierta en el eje rector de toda la organización.					
<b>Puntaje: 30 puntos</b>	<b>Suma:</b>				
<b>La suma se multiplica por .75 para obtener la calificación del Módulo</b>	<b>Total</b>				

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, págs. 25-26)

**Tabla 20**  
**Lista de Verificación (Puntuación)**

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

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 26)

**Tabla 21**  
**Lista de Verificación (Resumen)**

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

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 26)

**Tabla 22**  
**Lista de Verificación (Firmas)**

Empresa: (Razón Social y RUC o RICE): _____	Fecha _____
Nombre del Evaluado: _____	Firma: _____
Nombre del Evaluador: _____	Firma: _____

Fuente (Ministerio de Turismo , 2013, pág. 26)

### **2.1.1.2.3.2. Ministerio de Turismo**

El Ministerio de Información y Turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, en el mandato del Presidente Sixto Durán Ballén, el cual visualizó al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social tanto de las ciudades y el país en general, luego de analizar y llegar a la conclusión que el turismo tenía un crecimiento, en Junio de 1994, separó al turismo de la información, para que cada ente se dedique específicamente a impulsar y fortalecer su actividad, el primer ministro de turismo del Ecuador fue Carlos Vera.

El Ministerio de Turismo es un ente rector, encargado de liderar toda actividad turística que se genera en el Ecuador; cuenta con un desarrollo sostenible, consciente y competitivo en todo el sector, y a su vez ejerce sus roles de regulación, planificación, gestión, difusión y control, gracias a su estrategia de comercialización, el país ha sido merecedor de varios premios y reconocimientos en el año 2012. (Ministerio de Turismo, 2013)

De acuerdo con Ministerio de Turismo en el 2013, a través de una rendición de cuentas que se lo realiza al inicio de cada año, con información de todo lo sucedido en el año pasado, en la cual menciona lo siguiente:

- “Virtuoso Travel Advisor: Califico a Ecuador como: “Ecuador se prepara para ser el lugar de América Latina al que se debe “Ir hacia allá”.
- Lonely Planet: Ubico a Ecuador en el cuarto lugar de la lista como: “Mejor en Viajes” para el año 2013.
- International Living: Califico a Cuenca como el “Paraíso para jubilados retirados”, de la misma manera distinguió con el primer lugar en su Índice Anual de Retiro para el año 2012.
- World Travel Awards: Galardonó a Ecuador como el Mejor Destino Verde del Mundo, publicado en la 19na edición de los WTA, por el diario The Wall Street Journal.

- National Geographic: En su edición Diciembre 2013 – Enero 2013, en su portada declara a Quito como el Mejor Lugar por Descubrir de todo el Mundo en el 2013.” (p. 5-6)

Para potencializar el turismo se ha realizado varias campañas publicitarias como “Ecuador Potencia Turística”, enfocada a nivel nacional y a nivel internacional “All You Need is Ecuador”, ha participado en varios eventos internacionales para dar a conocer la belleza y riqueza con la que cuenta el país y se tiene campañas de Concienciación permanentes como son “Playas Limpias” y “Baños Limpios”. (Ministerio de Turismo, 2013). El actual Ministro de Turismo es el Señor Fernando Alvarado Espinel, que se encuentra en su mando a partir del 19 de Noviembre de 2015.

El Ministerio de Turismo declaró en el 2015 al Año de la Calidad Turística, direccionada a empresas, hoteles y restaurantes que se encuentren involucradas en la actividad turística, en el cual presentó a la industria y al país su Estrategia de Calidad Turística, que busca incentivar a las empresas, destinos y personas involucradas en la actividad turística y a la mejora de prestación de servicios. (Ministerio de Turismo, 2015)

La Marca “Q” se define como prestigio, fiabilidad y confianza, para las empresas vinculadas a la rama turística dentro del país, hasta el 27 de Mayo del 2015, se registró alrededor de 278 establecimientos que obtuvieron el sello, el cual garantizó la calidad y el buen servicio del lugar. (Ministerio de Turismo, 2015)

Se otorgó el sello a las empresas que cumplieron un mínimo de 80% de todos los estándares establecidos, el cual asegura que cuenta con rangos altos de calidad, se enfoca para establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento y operación turística. (Ministerio de Turismo, 2015)

El proyecto Marca “Q”, presentado por el Ministerio de Turismo, pretende otorgar a las empresas o establecimientos turísticos que participen en los procesos de gestión de calidad. (Ministerio de Turismo, 2015). A su vez prevé que para el año 2015, se

implemente a 750 empresas los sistemas de calidad el cual contemple esta marca. (Ministerio de Turismo, 2015)

4 de 88 establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui cuentan con el reconocimiento de la Marca “Q”, que fueron otorgados por el Ministerio de Turismo en el año 2015.

Existe un listado elaborado por el Ministerio de Turismo en la cual constan los establecimientos a nivel nacional que poseen el reconocimiento de Marca Q, se puede encontrar de dos distintas maneras, uno de ellas se encuentra ingresando a:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/sistema-de-calidad-empresas>, o a su vez, <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/MicrositioCalidad/Empresas/EMPRESAS-RECONOCIDAS-CALIDAD-TURISTICA-MARCA-Q-2015.pdf>.

#### **2.1.1.2.3.2.1. Norma Subsector Alimentos y Bebidas**

La norma emitida por el Ministerio de Turismo, se enfoca al área de alimentos y bebidas, en el que se establece los requisitos básicos para una buena gestión de calidad, ambiente, seguridad y salud, para todo tipo de establecimiento de alimentos y bebidas, se creó de acuerdo a las necesidades del sector ya mencionado, para llegar a brindar un servicio de calidad tanto interna como externa, la norma contiene aspectos referentes a sostenibilidad del negocio, cuidado, preservación del ambiente, prevención de riesgos y como principal punto son todos los aspectos de calidad. (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 1)

La gestión de calidad que se solicita a los establecimientos del subsector de alimentos y bebidas, es en un nivel alto, con la finalidad de tener un aumento en la satisfacción a sus clientes, poseer una diferenciación entre los establecimientos, llegar a cumplir los requisitos que enfocan el cliente, pueda abastecer su servicio gastronómico sin complicaciones y como principal punto que su documentación solicitada se encuentre en orden.

La norma subsector de alimentos y bebidas, emitida por el Ministerio de Turismo en el 2015, describe los compromisos que deben cumplir el departamento o la dirección de calidad de los establecimientos los cuales son:

Demostrar la implementación, mantenimiento y mejora del sistema de gestión integrado, disponer de evidencias de cumplimiento de la legislación, reglamentos pertinentes y permiso aplicables al establecimiento turístico según la clasificación y categoría, comunica informar a los integrantes de la organización sobre la importancia de satisfacer las necesidades del cliente y el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a la empresa, establecer, definir y comunicar las políticas. (p. 5)

El establecimiento de alimentos y bebidas que desee participar en el reconocimiento de Marca “Q”, debe contar con parámetros los cuales son importantes, entre ellos se verifica el estado del establecimiento de manera interna como es cocina, baños, la distancia del estacionamiento, todo tipo de señalética visible en la parte interna del mismo, debe asegurar la armonía con el entorno de acuerdo a su oferta gastronómica, variedad de capacitaciones en varias áreas tanto a su personal operacional como administrativo, iluminación y ventilación, gestión de limpieza y desinfección, oferta de servicio, propinas entre otros, y como principal punto es la documentación del sistema de calidad que se implementado en el establecimiento, a su vez debe contar con documentación que señale perfiles de trabajo, instructivos de limpieza tanto para servicios sanitarios, como limpieza profunda a todo el establecimiento, instructivos de atención al cliente, se solicita que la documentación de funcionamiento se encuentre en orden y sin fecha de vencimiento, entre otros aspectos.

Los establecimientos que desean participar para lograr obtener el reconocimiento de Marca “Q”, deben registrarse en la página del Ministerio de Turismo, para pronto acudir a capacitaciones que brinda el mismo, al cual asiste el Gerente General y el Administrador del establecimiento y se designa a un líder, quien será el encargado de transmitir la información a todo su personal tanto administrativo como operativo, a partir de ese momento se dispone de 15 días para la primera verificación, con una duración aproximada de tres horas o más, realizando un recorrido completo y de acuerdo al porcentaje obtenido se entrega el resultado, el establecimiento debe tener



una calificación del 80% o superior sobre 100%, sino logra obtener dicho porcentaje se le entrega un plan de acción con todas las recomendaciones que debe cambiar y se le otorga dos meses para que se pueda realizar dichos cambios, luego del tiempo determinado se vuelve a realizar el proceso de verificación del establecimiento completo.

### 2.1.1.2.3.2.2. Lista de Verificación para Alimentos y Bebidas

La lista de verificación emitida por el Ministerio de Turismo es aplicada para tres subsectores, los cuales son: alimentos y bebidas, operadores turísticos y alojamiento; dicha lista consta de 223 parámetros, aquellos que se encuentran de color amarillo son de carácter obligatorio.

**Tabla 23**

#### Lista de Verificación A&B Marca “Q”

  <b>LISTA DE VERIFICACIÓN</b>		Versión:	3					
		Código	EAE-RE-06					
<b>EMPRESA</b>								
<b>AUDITOR / TECNICO VERIFICADOR</b>								
<b>FECHA</b>		<b>VISITA NUMERO</b>		<b>VERSION NORMA</b>	A1			
<b>NORMA / PROYECTO DE NORMA</b>		<b>SISTEMA DE GESTION INTEGRAL EN ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>						
#	CLAUSULA	DETALLE A VERIFICAR CON EVIDENCIAS OBJETIVAS	PUNTAJE (ANOTAR VALOR EN CADA CASILLA)					HALLAZGOS (REGISTRAR EN CASO DE INCUMPLIMIENTO)
			0	1	2	3	4	
1	5.1	La dirección ha establecido un sistema de gestión integrado para la calidad, ambiente, seguridad y salud						

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 24**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 1**

2	5.1	Se documenta el sistema de gestión integrado							
3	5.1	Se mantiene actualizado el sistema de gestión integrado							
4	5.1	Dispone de los documentos y permisos vigentes exigidos en la normativa legal vigente: RUC, PERMISO DE FUNCIONAMIENTO, PERMISO DE BOMBEROS, LICENCIAS Y OTROS DE ACUERDO A SU CATEGORIA							
5	5.1	se conserva esta Norma							
6	5.1	el establecimiento cuenta con los procedimientos e instrucciones de trabajo requeridos por esta norma.							
7	5.1	se cuenta con los programas requeridos por la presente norma							
8	5.1	se mantiene los registros que evidencien la realización de las actividades controladas y requeridas en esta norma y en los procedimientos							
9	5.1	la empresa cuenta con un manual de gestión integrada para la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo o un documento equivalente							
10	5.1 a	El manual de gestión integrada, provee una descripción de los métodos de trabajo para la ejecución de los requisitos de esta norma							
11	5.1 b	la declaración de una política para la calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo integrada o independientes se registra en el manual de gestión integrada							
12	5.1 c	El manual contiene una descripción de la estructura de la organización							
13	5.1 d	El manual contiene las referencias a los procedimientos del sistema de gestión dispuestos por la organización							
14	5.2	Se cuenta con un diagrama de los procesos para la dirección, prestación de servicios y el soporte a la gestión							
15	5.3 a	la empresa demuestra la implementación, mantenimiento y mejora del sistema de gestión integrado							

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)



**Tabla 25**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 2**

16	5.3 c	se ha comunicado a los integrantes de la organización sobre la importancia de satisfacer las necesidades del cliente y el cumplimiento de los aspectos legales																	
17	5.3 e	la dirección provee los recursos necesarios para la implementación del sistema de gestión integrado																	
18	5.3 f	se cuentan con revisiones periódicas del sistema de gestión integrado por parte de la dirección																	
19	5.4	La empresa ha documentado la/las políticas de calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo integradas o individuales																	
20	5.4	se ha comunicado la/las políticas de calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo y estas:																	
21	5.4 a	Las políticas son adecuadas al propósito u objeto social de la organización																	
22	5.4 b	están relacionadas a los objetivos de la empresa y necesidades de los clientes																	
23	5.4 c	incluyen el compromiso del cuidado ambiental, la prevención de riesgos y la mejora continua																	
24	5.4 d	incluyen el compromiso para la provisión de recursos																	
25	5.4 e	son conocida por el personal de la organización y publicadas																	
26	5.5	La dirección ha establecido los objetivos del sistema de gestión																	
27	5.5 a	los objetivos del sistema de gestión están documentados																	
28	5.5 b	los objetivos del sistema de gestión son medibles																	
29	5.5 c	Los objetivos del sistema de gestión son monitoreados a través de indicadores																	
30	5.5 d	Los objetivos del sistema de gestión tienen relación con los principales servicios prestados																	

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 26**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 3**

31	5.6	Se demuestra la planificación de los recursos																	
32	5.6	Se documentan y mantienen los programas de trabajo solicitados en esta norma																	
33	5.6 a	los programas de trabajo detallan las acciones a realizar																	
34	5.6 b	los programas de trabajo definen qué puestos de trabajo son los responsables de cada acción																	
35	5.6 c	los programas definen un cronograma para su implementación																	
36	5.6 d	los programas cuentan con una planificación de los recursos necesarios para su implementación																	
37	5.6	Se demuestra la implementación de los programas de trabajo solicitados en esta norma																	
38	5.7	La dirección ha designado documentadamente a una/s persona/s que asuman la responsabilidad y aseguren el cumplimiento del sistema de gestión integrado																	
39	5.7 a	La/s persona/s responsables del sistema de gestión integrado se aseguran que el sistema se a implementado y mantenido																	
40	5.7 b	La/s persona/s responsables del sistema de gestión integrada comunican a la dirección los resultados de la gestión incluyendo las no conformidades y oportunidades de mejora																	
41	5.7 c	La/s persona/s responsables del sistema de gestión integrado facilitan a las partes interesadas el acceso a la documentación del sistema																	
42	5.7 d	La/s persona/s responsables del sistema de gestión integrado se aseguran que la capacitación y adiestramiento del personal para la gestión de los procesos, manejo de indicadores y documentación del sistema sea, eficaz																	
43	5.7 e	La/s persona/s responsables del sistema de gestión integrado se aseguran la realización de reuniones periódicas con el personal para resolver asuntos operativos, oportunidades de mejora en la calidad, discrepancias entre turnos y puestos, quejas y recomendaciones																	

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 27**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 4**

44	5.7	La/s persona/s responsables del sistema de gestión integrado mantienen registros de los resultados de estas reuniones																
45	6.1 a	La dirección ha establecido y documentado los puestos de trabajo y sus responsabilidades en la organización																
46	6.1 b	La dirección ha establecido y documentado las competencias requeridas en cada puesto de trabajo, considerando educación, formación y habilidades																
47	6.1 c	Se mantienen los registros de profesionalización o certificación de competencia laboral de todo el personal, tomando en cuenta los requisitos legales vigentes																
48	6.1 d	Se ha documentado el proceso de reclutamiento y selección de personal																
49	6.1 e	Se ha realizado y documentado la inducción del personal nuevo, considerando al menos: política, objetivos, reglamentos internos y procesos aplicables																
50	6.1 f	Se realiza y documenta la capacitación y adiestramiento en manejo de emergencias																
51	6.1 f	Se realiza y documenta la capacitación y adiestramiento en prácticas ambientales																
52	6.1 f	Se realiza y documenta la capacitación y adiestramiento en prevención de riesgos laborales																
53	6.1 f	Se realiza y documenta la capacitación y adiestramiento en servicio al cliente																
54	6.1 g	Se programa y actualiza los turnos de trabajo detallando los horarios del personal																
55	6.1 g	Se ha difundido entre los interesados el documento con los turnos de personal																
56	6.2 a	La organización ha establecido un sistema de comunicación interna para asegurar que el personal conozca los resultados del servicio																
57	6.2 b	La organización ha establecido un sistema de comunicación interna para asegurar que el personal conozca la evaluación y satisfacción de los clientes																

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 28**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 5**

58	6.2 c	La organización ha establecido un sistema de comunicación interna para asegurar que el personal conozca la política sobre gestión de propinas																	
59	6.2 d	La organización ha establecido un sistema de comunicación interna para asegurar que el personal conozca los comentarios y sugerencias de las partes interesadas																	
60	6.3.1	La organización ha elaborado y mantiene una lista de control de documentos para el sistema de gestión integrado																	
61	6.3.1 a	Los documentos del sistema de gestión integrado están aprobados, por quien defina la dirección, antes de su puesta en práctica																	
62	6.3.1 b	Los documentos del sistema de gestión integrado están disponibles y correspondan a las versiones vigentes																	
63	6.3.1 c	Los documentos obsoletos del sistema de gestión integrado están controlados para evitar su uso no intencionado																	
64	6.3.2	La organización debe documentar y mantener una lista de control de registros																	
65	6.3.2 a	La lista de control de registros cuenta con una identificación de cada registro																	
66	6.3.2 b	La lista de control de registros identifica quién elabora cada uno																	
67	6.3.2 c	La lista de control de registros indica dónde se archivan																	
68	6.3.2 d	La lista de control de registros indica qué tiempo y cómo se conservan																	
69	6.4.1 a	La infraestructura se mantiene en perfecto estado																	
70	6.4.1 b	La infraestructura cumple las regulaciones ambientales y de seguridad exigidas por las autoridades competentes																	
71	6.4.1 c	La infraestructura mantiene armonía con el entorno cuando el establecimiento este instalado en parques o áreas protegidas																	
72	6.4.1 d	La infraestructura mantiene y respeta las características de acuerdo a la temática y ambientación cuando la oferta del servicio lo especifique																	
73	6.4.1 e	La infraestructura cumple con la legislación en cuanto a instalaciones adecuadas para personas con discapacidad																	

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 29**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 6**

74	6.4.2	Si se cuenta con servicio de estacionamiento, este se encuentra a menos de 50 m de la puerta principal								
75	6.4.2	El estacionamiento cuenta con condiciones adecuadas de seguridad, acceso, iluminación y señalética								
76	6.4.3 a	La entrada del establecimiento cuenta con las condiciones adecuadas para la seguridad, acceso, iluminación y señalética								
77	6.4.3 b	La entrada del establecimiento cuenta con información visible sobre los servicios ofertados, nombre del establecimiento, aforo y horarios de atención								
78	6.4.3 c	La organización cuenta con acceso independiente para proveedores								
79	6.4.4	La infraestructura del establecimiento está acorde a su clasificación por servicio								
80	6.4.5	La señalética informativa es visible y normalizada en áreas y servicios, así como de seguridad, prohibiciones, obligaciones y peligros.								
81	6.4.6	El ambiente es iluminado, limpio, climatizado o ventilado								
82	6.4.7	Se cumple con la legislación vigente en cuanto al área para fumadores.								
83	6.4.8 a	Se realiza la limpieza y mantenimiento periódico de los servicios sanitarios, antes, durante y después de la prestación del servicio								
84	6.4.8 b	La renovación del aire se realiza con un sistema de ventilación acorde al tamaño y condiciones de los sanitarios								
85	6.4.8 c	Los sanitarios cuentan con inodoro con asiento y tapa								
86	6.4.8 c	Los sanitarios cuentan con lavamanos, espejo sobre el lavamanos, tomacorriente								
87	6.4.8 c	Los sanitarios cuentan con basurero con funda y tapa								
88	6.4.8 c	Los sanitarios cuentan con dispensador de jabón, secador automático de manos o dispensador con toallas desechables								
89	6.4.8 c	Los sanitarios cuentan con dispensador de papel higiénico y papel higiénico								

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 30**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 7**

90	6.4.8 c	Los sanitarios cuentan con desinfectante de manos, iluminación eléctrica central o similar								
91	6.5 a	Se mantienen disponibles y funcionando los equipos e instalaciones								
92	6.5 b	El establecimiento mantiene una comunicación efectiva de los daños y solicitudes de intervenciones realizadas por cualquier empleado								
93	6.5 c	Se cuenta e implementa un programa documentado para la inspección y mantenimiento preventivo de equipos críticos, instalaciones, mobiliario y elementos decorativos								
94	6.5 d	Se dispone y mantiene un registro de las intervenciones realizadas en los equipos e instalaciones con la fecha, responsable, descripción y recursos utilizados en la intervención								
95	6.6.1	El establecimiento cuenta con un programa de limpieza y desinfección								
96	6.6.1 a	El programa de limpieza y desinfección identifica las actividades de limpieza mayor o profunda								
97	6.6.1 b	El programa de limpieza y desinfección toma en cuenta el manejo integral de plagas a cargo de personal competente								
98	6.6.1 c	El programa de limpieza y desinfección asigna tareas específicas								
99	6.6.1 d	Se dispone de espacios independientes, exclusivos y señalizados para el almacenamiento de productos y equipos de limpieza y desinfección								
100	6.6.1 e	Existen espacios para las separación de residuos y desechos por tipo y esta actividad se realiza								
101	6.6.1 e	Los diferentes tipos de desechos se disponen a través de gestores								
102	6.6.1 f	Se cuenta y mantienen actualizadas las Hoja de Seguridad, para las personas y el ambiente, en caso de uso de tóxicos y compuestos peligrosos								
103	6.6.2	El establecimiento cuenta con los instructivos para la limpieza y desinfección para las diferentes áreas								

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 31**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 8**

104	6.6.2	Se mantienen los registros de limpieza y desinfección para cada área																	
105	6.6.2 a	Los instructivos de limpieza y desinfección proveen indicaciones sobre uso y cuidados de los producto de limpieza																	
106	6.6.2 b	Los instructivos de limpieza y desinfección proveen indicaciones de trabajo paso a paso para la limpieza profesional de las instalaciones																	
107	6.6.2 c	Los instructivos de limpieza y desinfección proveen indicaciones sobre uso y cuidados de los producto de limpieza																	
108	7.1	Se cuenta con un documento conocido por el personal que detalle las reglas de cortesía y trato a los clientes																	
109	7.1	Se cuenta con un procedimiento documentado para manejar los objetos olvidados por los clientes																	
110	7.2	Se cuenta con un procedimiento para la comercialización que incluya: la promoción, venta y la gestión de reservas																	
111	7.2. a	El acceso a la información y los documentos relacionados incluye las condiciones del servicio ofertado o contratado en cuanto a tarifas, horarios, formas de pago, condiciones y confirmación																	
112	7.2. a	El acceso a la información y los documentos relacionados es fácil, oportuno, para el cliente																	
113	7.2. c	La información provista a los clientes es clara, sin ambigüedades e incluye las condiciones de la prestación del servicio y las condiciones para el uso de las instalaciones																	
114	7.2. c	La información provista a los huéspedes está en castellano y otro idioma																	
115	7.2. d	Se informar a los clientes sobre las prácticas de protección ambiental adoptadas por la organización.																	
116	7.2. g	Se cuenta con un instructivo para el personal encargado de la atención telefónica y de medios electrónicos																	
117	7.3 a	Se realiza una planificación periódica de la oferta gastronómica																	

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 32**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 9**

118	7.3 b	Se mantienen los registros sobre la estadística de la demanda de platos								
119	7.3 c	Se asegurar la cantidad y disponibilidad de cartas y documentos de oferta gastronómica								
120	7.3 d	Se estructura la carta de bebidas, especificando tipo y características del contenido								
121	7.3 e	Se asegura que la carta y el menú se expresen en idioma castellano y en otro idioma extranjero								
122	7.3 f	Se ha implementado un sistema que asegure la disponibilidad de todos los platos, bebidas o preparaciones culinarias que se ofrecen								
123	7.4	Se informar a los clientes las políticas en la confirmación de la reserva y la hora límite								
124	7.4	En la reserva se registra los requerimientos especiales								
125	7.5 a	Se han identificado los proveedores críticos								
126	7.5 b	La selección de proveedores da preferencia a quienes mantengan certificados de calidad								
127	7.5 c	Se mantiene la información documentada y actualizada de los proveedores								
128	7.5 d	Se mantiene un registros de compra con información de los pedidos								
129	7.5 e	Se mantiene un método de abastecimiento para asegurar la disponibilidad								
130	7.5 f	Se cuenta con los registros de verificación en la recepción de los bienes								
131	7.5 g	Se da preferencia a la compra de bienes, insumos y servicios locales								
132	7.6.1	Se controla el inventario de los productos y equipos de limpieza, materiales y blancos								
133	7.6.1 a	La cocina está identificada y delimitada física o funcionalmente en relación a las demás áreas								
134	7.6.1 b	Los pisos de la cocina están contruidos con materiales revestidos, lavables, resistentes y antideslizantes								
135	7.6.1 c	La cocina cuenta con suficiente iluminación, con lámparas protegidas								

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)



**Tabla 33**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 10**

136	7.6.1 d	Se garantiza la capacidad de fuego para cocción y la capacidad de refrigeración para los niveles máximos de operación ofertados																		
137	7.6.1 e	El equipamiento y menaje de cocina están son acordes a las necesidades del servicio ofertado																		
138	7.6.1 f	En la cocina, la ventilación y renovación de aire se provee por medios natural o forzados																		
139	7.6.1 g	Las instalaciones y equipos de cocina no obstruyen ni interfieren con las actividades de cocina																		
140	7.6.1 h	Se cuenta con instrumentos de medición adecuados y conservados																		
141	7.6.1 i	La cocina cuenta con espacios físicos o funcionales exclusivos para los residuos sólidos y líquidos																		
142	7.6.1 i	Los residuos de cocina están ubicados lejos de las áreas de preparación																		
143	7.6.2 a	El almacenamiento de víveres e insumos se realiza en espacios diferenciados																		
144	7.6.2 a	Los espacios de almacenamiento están señalizados y son independientes																		
145	7.6.2 a	Los espacios de almacenamiento son adecuados																		
146	7.6.2 b	El almacenamiento se realiza facilitando la rotación de los víveres e insumos para asegurar la no caducidad																		
147	7.6.2 c	Se identifican los productos crudos, cocidos o pre cocidos y las fechas de elaboración																		
148	7.6.2 d	Se asegura la preservación adecuada de los víveres, insumos y productos que no requieren refrigeración																		
149	7.6.2 f	Se garantiza la cadena de frío para aquellos productos que requieren refrigeración																		
150	7.6.3 a	El salón está acondicionado con los elementos necesarios para el servicio conforme, preparados previamente a la prestación del mismo																		

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 34**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 11**

151	7.6.3 b	Se asignar las mesas reservadas								
152	7.6.3 c	Se asegura el funcionamiento conforme de la iluminación y la climatización del salón								
153	7.6.3 d	Se registra y comunica a las partes interesadas, las novedades y las condiciones de venta y servicio								
154	7.7	El personal cuenta con la capacitación y adiestramiento en prácticas de higiene personal								
155	7.7	El personal cuenta con la capacitación y adiestramiento en manipulación higiénica de los alimentos								
156	7.7	El personal cuenta con la capacitación y adiestramiento en higiene de la planta física, los equipos y utensilios								
157	7.7 a	La empresa conserva los carnets de salud exigidos por la autoridad sanitaria para el manejo de alimentos								
158	7.7 b	La empresa se asegura que cualquier persona afectada de una enfermedad infectocontagiosa o con heridas expuestas no debe trabajar en zonas de manipulación de alimentos								
159	7.7 c	La empresa se asegura de contar con un método para supervisar continuamente al personal que labora en la zona de preparación de alimentos								
160	7.7 d	La empresa hace cumplir las políticas de prohibición del uso de barba o bigote descubierto, joyas y accesorios, uso de perfumes penetrantes para el personal en contacto con los alimentos								
161	7.7 e	La empresa se asegura la higiene y lavado permanente de manos del personal de cocina, antes y después de manipular alimentos								
162	7.8	La organización asegura la presencia de un responsable del servicio durante la prestación del servicio								
163	7.8	La organización asegura que el personal en contacto con el cliente este limpio y uniformado								

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 35**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 12**

164	7.8.1	La organización ha documentado un instructivo de trabajo para la recepción de clientes							
165	7.8.1 a	El instructivo para la recepción de clientes, especifica las normas de cortesía para el recibimiento de los clientes							
166	7.8.1 b	El instructivo para la recepción de clientes, especifica la forma como se ejecutan las reservas							
167	7.8.1 c	El instructivo para la recepción de clientes, especifica como se procederá para el manejo de clientes especiales (niños, tercera y discapacitados)							
168	7.8.1 e	El instructivo para la recepción de clientes, especifica la forma de comprobación de disponibilidad de mesas en el salón y el manejo de tiempos de espera							
169	7.8.2 a	La organización se asegura la toma de pedidos en tiempos definidos							
170	7.8.2 b	La organización se asegura que el personal conozca el contenido de la carta y las especificaciones de los ingredientes							
171	7.8.2 c	La organización se asegura que el personal conozca y comunique al cliente los productos que no se encuentran disponibles							
172	7.8.3	La organización se asegura que los platos son servidos en los tiempos y temperaturas establecidos							
173	7.8.3	La organización se asegura que se informa al cliente cuando el tiempo de espera tome más de lo habitual							
174	7.8.4 a	Se cuenta con las recetas estándar para la elaboración de los diferentes componentes de la oferta gastronómica							
175	7.8.4 b	Se comunica al personal involucrado los cambios en menús o cartas							
176	7.8.4 c	Se han establecido criterios para la elaboración de platos no contemplados en la oferta gastronómica							
177	7.8.4 d	Se asegura que las preparaciones culinarias se mantienen a la temperatura adecuada hasta su servicio							

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 36**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 13**

178	7.8.5	La empresa cumple con los requisitos de buenas prácticas de manufactura																		
179	7.9	El establecimiento cuenta con instructivo documentado de facturación																		
180	7.10	La dirección ha designado un responsable para el sistema de tratamiento y respuesta de quejas																		
181	7.10	La dirección cuenta con un sistema documentado para el tratamiento y respuesta de quejas, reclamos y sugerencias de los clientes																		
182	7.10	Se registran los resultados del tratamiento de quejas, reclamos y respuestas																		
183	8	La empresa cumple con los requisitos legales ambientales que apliquen a su tipo y tamaño de operación																		
184	8	Se ha designado una persona responsable de la gestión ambiental del establecimiento																		
185	8	Se ha definido un programa de buenas prácticas ambientales para el establecimiento																		
186	8 a	El programa de buenas prácticas ambientales, contempla la implementación de acciones para la reducción del consumo de energía y agua																		
187	8 b	El programa de buenas prácticas ambientales, contempla los métodos para tratamiento de aguas residuales, si fuera del caso																		
188	8 c	El programa de buenas prácticas ambientales, incluye las actividades para gestionar los residuos																		
189	8 d	Se da preferencia a la compra de productos inocuos y amigables con el ambiente e) conservación de la biodiversidad, ecosistemas y paisajes;																		
190	8.1	Se cuenta con un programa de trabajo con la comunidad local																		
191	8.1	El programa de trabajo con la comunidad local, promueve la participación del personal																		
192	8.1	Se revisa el nivel de cumplimiento del programa de trabajo con la comunidad local																		

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 37**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 14**

193	8.1	Se registran los resultados del programa de trabajo con la comunidad local							
194	9 a	Se cumplen los requisitos técnico legales de acuerdo al tamaño de empresa y nivel de riesgo por el tipo de actividad							
195	9 b	Se haya designado a una persona como responsable de la gestión de la seguridad y salud en el trabajo							
196	9 c	Esta definido y documentado un programa de vigilancia de la salud en el trabajo							
197	9 c	Se esta implementando y registra los resultado del programa de vigilancia de la salud en el trabajo							
198	9 c	Esta definido y documentado un programa para la eliminación de peligros y disminución de riesgos							
199	9 c	Se esta implementado y registra los resultados del programa para la eliminación de peligros y disminución de riesgos							
200	9 d	Esta definido y documentado un plan de emergencias							
201	9 d	Se esta implementado y registra los resultados del plan de emergencias							
202	10.1	Esta definido y documentado los objetivos del sistema integrado de gestión							
203	10.1	Se esta implementado y registra los resultados de cumplimiento de los objetivos del sistema integrado							
204	10.1	La dirección ha documentado y asignado un responsable para el análisis y evaluación dela satisfacción del cliente							
205	10.1	Se lleva un registro de los resultado y análisis de la evaluación del cliente							
206	10.1	Se evidencia la revisión por la dirección de los resultado y análisis de la evaluación del cliente							
207	10.2	La organización ha definido y documentado un procedimiento para auditorías internas o verificaciones							
208	10.2	La organización ha implementado y registra los resultados de las auditorías internas o verificaciones							
209	10.3	Se ha establecido un método para la gestión de acciones correctivas							

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 38**  
**Lista de Verificación A&B Marca “Q” 15**

210	10.3	El método para la gestión de acciones correctivas prevé el análisis de la causa							
211	10.3	El método para la gestión de acciones correctivas prevé la aplicación de acciones que eliminen las causas							
212	10.3	El método para la gestión de acciones correctivas identifica los responsables del análisis e implementación							
213	10.3	El método para la gestión de acciones correctivas prevé el registro de los resultados							
214	10.4	El sistema de gestión integrado ha sido revisado al menos una vez en el último año							
215	10.4 a	En dicha revisión se ha tomado en cuenta los resultados de las auditorías o verificaciones							
216	10.4 b	En dicha revisión se ha tomado en cuenta los resultados de la medición de la satisfacción del cliente							
217	10.4 c	La revisión por la dirección ha tomado en cuenta los resultados del manejo de reclamos, quejas y sugerencias							
218	10.4 d	La revisión por la dirección ha tomado en cuenta el análisis y revisión de los objetivos del sistema integrado							
219	10.4 e	La revisión por la dirección toma en cuenta la evaluación de cumplimiento de los programas							
220	10.4 f	La dirección ha resisado en el último año el estado de las acciones correctivas							
221	10.4 g	En la revisión por la dirección, se evalúa el cumplimiento del programa de capacitación y adiestramiento del personal							
222	10.4 h	La revisión por la dirección ha tratado los asuntos pendientes de revisiones anteriores							
223	10.4 i	Los cambios internos o externos que pudieran afectar al sistema de gestión integrado han sido revisados y aprobados por la dirección							
SUBTOTAL			0	0	0	0	0	0	0
TOTAL			0	Porcentaje		0%			

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 39**  
**Escala de Verificación**

Puntaje	Descripción de la puntuación del hallazgo
0	NO CONFORME. Incumplimiento total del requisito.
1	Conceptualizado. Tiene una clara idea de cómo se podría aplicar el requisito en la 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
Sin valor	No aplica
<b>MARCA</b>	<b>Requisitos obligatorios de cumplimiento total.</b>

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 40**  
**Conclusiones**

ACCION RECOMENDADA	SI	NO
RECONOCIMIENTO MARCA Q (SI ES MAYOR AL 80%) O		
PRESENTACION DE PLAN DE ACCIONES CLAVE PARA REVISION POSTERIOR		

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

**Tabla 41**  
**Aceptación**

<b>Nombre del Representante Legal:</b>	<b>Firma:</b>
--	---------------

<b>Nombre del Técnico Verificador:</b>	<b>Firma:</b>
--	---------------

Fuente: (Ministerio de Turismo , 2016)

### **2.1.1.3. Entorno Legal**

Las leyes que se rigieron a la presente investigación van enfocada al turismo, y dentro de ella se encuentra el subsector de alimentos y bebidas, en la cual se va a poder encontrar ciertas definiciones de las actividades.

#### **2.1.1.3.1. Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la República del Ecuador del 2008 es la carta magna que fundamenta en derechos, reglas y leyes para la regulación de la existencia del Ecuador y de su gobierno y se permite la equidad ciudadana. La relación del gobierno con la ciudadanía se define con la supremacía de la constitución como lineamiento principal de la política que maneja el gobierno de Ecuador. A través de la constitución permite a los ciudadanos hacer uso de la misma para defender sus derechos en forma de justicia social con las cinco funciones legislativo, ejecutivo, judicial, transparencia y control social y electoral. (Cárdenas, 2012)

#### **2.1.1.3.2. Leyes , Normativas y Reglamentos**

El Reglamento General a ley de Turismo define las actividades turísticas dentro de las mismas se encuentra el servicio de alimentos y bebidas relacionado con la producción, servicio y venta.

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

##### **b) Servicio de alimentos y bebidas**

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para



consumo, además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (Ministerio de Turismo , 2008, pág. 11)

Los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría que se encuentran dentro de catastro del cantón Rumiñahui cumplen con los servicios mencionados anteriormente que forman parte de las actividades de turismo que establece el Reglamento a la Ley de Turismo. (Ministerio de Turismo , 2008, pág. 11)

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

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario, instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas”. (Ministerio de Turismo , 2008, págs. 2-3)

Como se menciona en el art.10 del Reglamento a la Ley de Turismo, el Municipio del cantón Rumiñahui otorga la licencia de funcionamiento y es de forma obligatoria que los establecimientos cuenten con esta licencia para ser parte de la categorización de acuerdo a la infraestructura, servicios, productos y sistema de calidad que mantenga en curso que les identifique y diferencie del resto de establecimientos. De esta manera se destaca la oferta de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría que tiene el cantón dentro del catastro. (Ministerio de Turismo , 2008, pág. 4)

#### **2.1.1.4. Entorno Sociocultural**

Dentro de los aspectos que se analizará en el entorno sociocultural del cantón Rumiñahui, será el tamaño de la población, sexo, edad y nivel de formación de los habitantes de la zona.

##### **2.1.1.4.1. Factores Demográficos**

Los factores demográficos van relacionado con aspectos del cantón en el que se va a realizar la investigación, donde se identifica la población con la cual está constituido, determinando la edad, nivel de formación y sexo. Los datos demográficos del cantón se definen a través de las principales fuentes de información del Censo Nacional 2010.

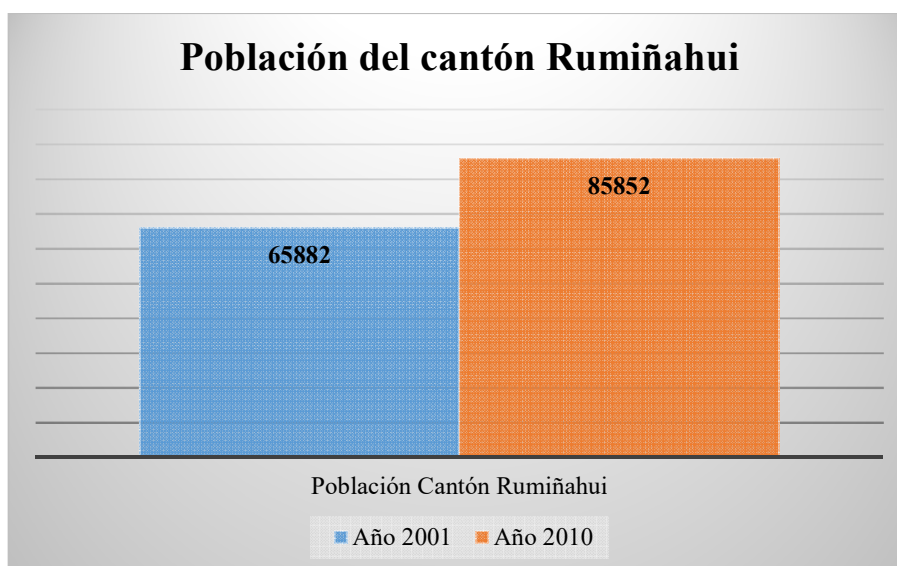
##### **2.1.1.4.1.1. Tamaño de la Población y Distribución**

La población es una caracterización del lugar establecido como objeto de estudio al que se está interesado analizar. El tamaño de la población se define al número de individuos que está compuesta, siendo posible la observación de un individuo, y a su vez esta puede ser finitas e infinitas, para el tema de investigación se tomó datos de toda la población que comprende al cantón Rumiñahui, para determinar el número de habitantes que lo componen.

**Tabla 42**  
**Población cantón Rumiñahui**

<b>Población cantón Rumiñahui</b>	
Año 2001	65882 habitantes
Año 2010	85852 habitantes

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)



**Figura 18 Población del cantón Rumiñahui**

El cantón Rumiñahui ha obtenido un crecimiento poblacional, evidenciado a través del análisis comparativo que demuestra que el cantón pasa de 65.882 habitantes en el año 2001 a 85.852 en el 2011. De los cuales 81.140 habitantes se encuentran en el área urbana y 4.712 el área rural.

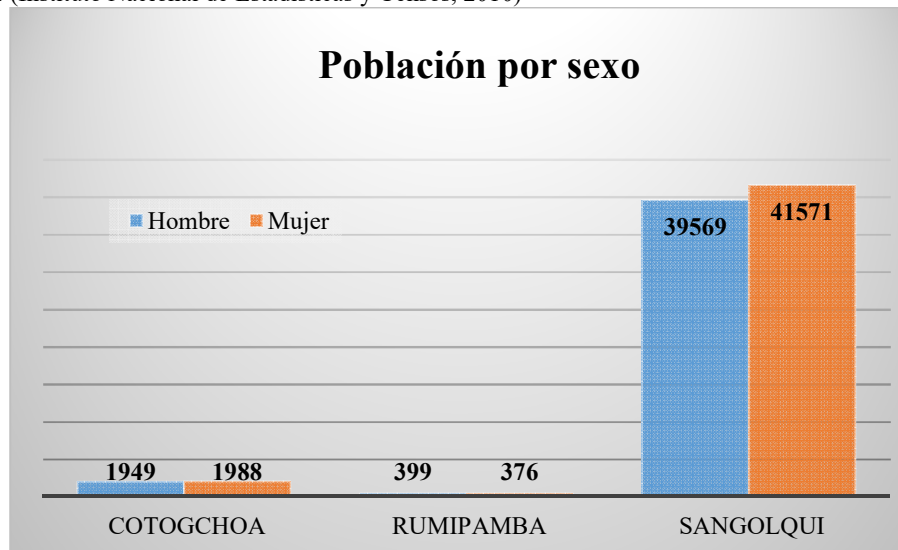
#### 2.1.1.4.1.2. Distribución por sexo

La distribución por sexo es la cantidad de hombres y mujeres que existen en una población, concluyendo de esta manera como se encuentra compuesta el número de habitantes, en el tema de investigación se tomó los datos del cantón Rumiñahui de todos los cantones que lo componen tanto de sexo femenino como masculino.

**Tabla 43**  
**Población por sexo**

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo		
			Hombre	Mujer	Total
Pichincha	Rumiñahui	Cotogchoa	1949	1988	3937
		Rumipamba	399	376	775
		Sangolqui	39569	41571	81140
		<b>Total</b>	41917	43935	85852

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)



**Figura 19 Población por sexo**

La población por sexo del cantón Rumiñahui señala que la parroquia más poblada es Sangolquí representada por 41,917 habitantes hombres y 43,935 mujeres, de tal manera se determina que la cifra poblacional total del cantón se encuentra formada por el 58 % correspondiente a mujeres y el 42 % a hombres.

#### 2.1.1.4.1.3. Distribución por edades

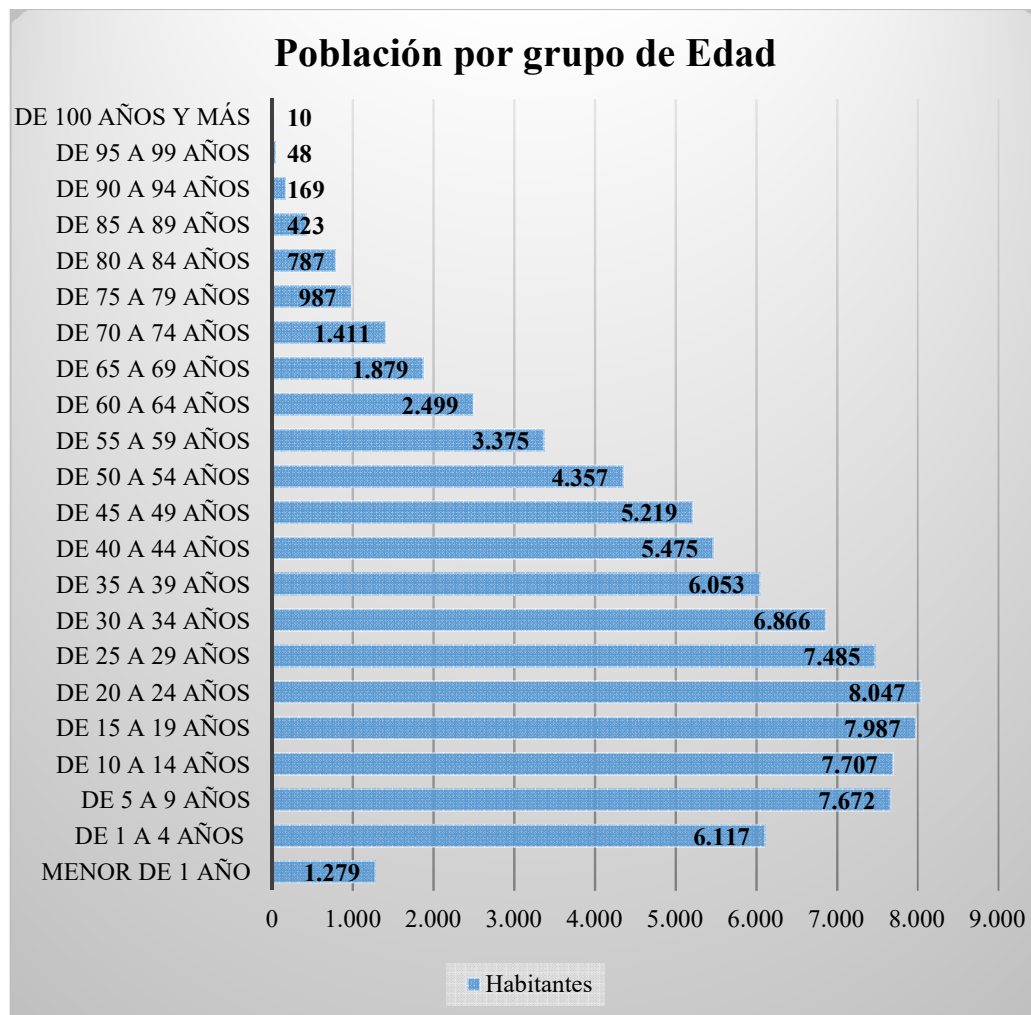
Aquellos factores para terminar el número de habitantes de acuerdo a la distribución de edades que se tiene dentro del cantón Rumiñahui.

.

**Tabla 44**  
**Población por grupo de edad**

<b>Población por Grupos de Edad</b>	
<b>Grupos de Edad</b>	<b>Habitantes</b>
Menor de 1 año	1279
De 1 a 4 años	6117
De 5 a 9 años	7672
De 10 a 14 años	7707
De 15 a 19 años	7987
De 20 a 24 años	8047
De 25 a 29 años	7485
De 30 a 34 años	6866
De 35 a 39 años	6053
De 40 a 44 años	5475
De 45 a 49 años	5219
De 50 a 54 años	4357
De 55 a 59 años	3375
De 60 a 64 años	2499
De 65 a 69 años	1879
De 70 a 74 años	1411
De 75 a 79 años	987
De 80 a 84 años	787
De 85 a 89 años	423
De 90 a 94 años	169
De 95 a 99 años	48
De 100 años y más	10
<b>Total</b>	<b>85852</b>

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)



**Figura 20 Población por grupo de edad**

Según los datos del censo 2010, la estructura poblacional del cantón Rumiñahui se encuentra formado en mayor parte por grupos jóvenes siendo los rangos de 15 a 19 años con 7,987 y de 20 a 24 años con 8097. Se deduce que la población del cantón es activa dentro del sector de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría.

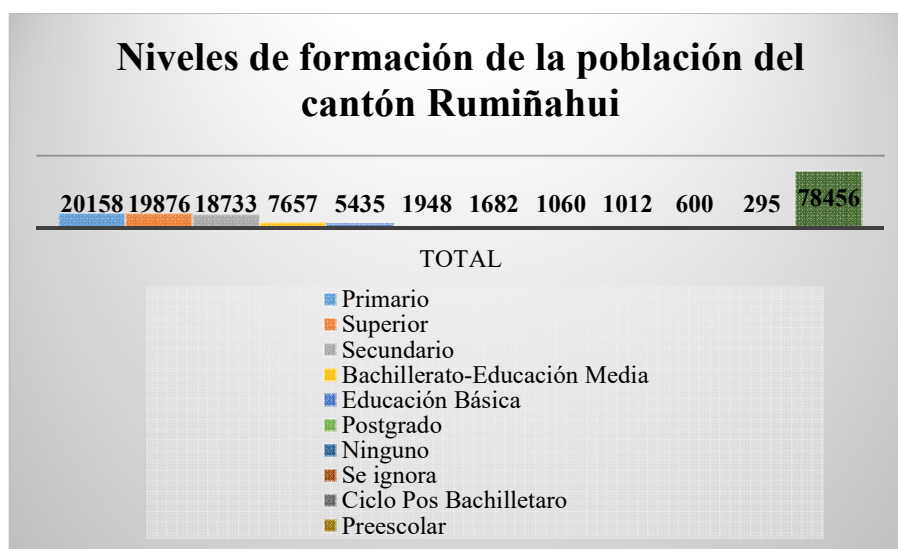
#### 2.1.1.4.1.4. Niveles de Formación

Determina como la formación académica que posee cada habitante del cantón Rumiñahui.

**Tabla 45**  
**Niveles de formación Cantón Rumiñahui**

Nivel de instrucción al que asiste o asistió	Total	Porcentaje
Primario	20158	25,69%
Superior	19876	25,33%
Secundario	18733	23,88%
Bachillerato-Educación Media	7657	9,76%
Educación Básica	5435	6,93%
Postgrado	1948	2,48%
Ninguno	1682	2,14%
Se ignora	1060	1,35%
Ciclo Pos Bachillerato	1012	1,29%
Preescolar	600	0,76%
Centro de Alfabetización	295	0,38%
<b>Total</b>	<b>78456</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)



**Figura 21 Niveles de formación cantón Rumiñahui**

Las cifras anteriores permiten tener una visión general del nivel de formación de la población objeto de estudio dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Rumiñahui, se especifica que los niveles de educación de la zona son altos definiendo que la mayoría de la población asisten o han asistido a los niveles académicos secundario y superior. Según el censo de población y vivienda 2010, los habitantes del cantón Rumiñahui han cursado el nivel de enseñanza básico en una cifra considerable de 25,69%.

#### **2.1.1.5. Entorno Geográfico**

Este estudio se enfoca al espacio físico en el cual se realizó la presente investigación, la ubicación, hidrografía, clima, geográfica, y entre otros aspectos se encuentra infraestructura vial y servicios básicos.

##### **2.1.1.5.1. Ubicación Geográfica del cantón Rumiñahui**

El cantón Rumiñahui posee una extensión aproximada de 134,15 km<sup>2</sup>, se encuentra ubicado al sur de la Provincia de Pichincha, con su capital Sangolquí: limita al norte con Quito, al sur con el cantón Mejía, al este con Alangansí y Pintag, y al oeste Amaguaña y Conocoto. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui, 2015, pág. 16)

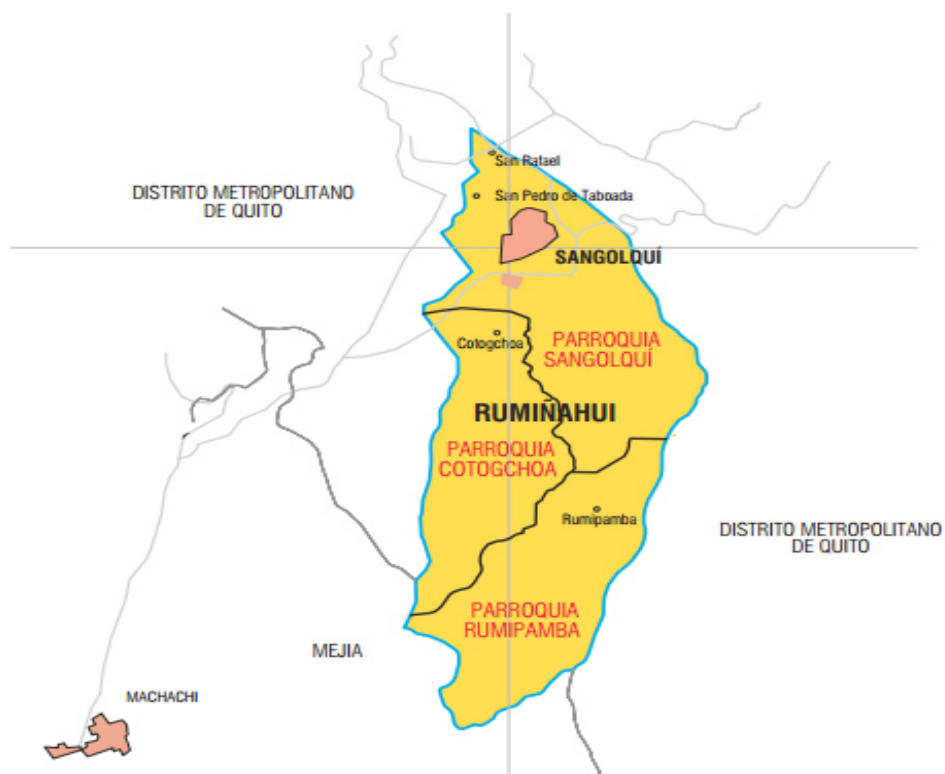
Posee una altitud de 2,550 msnm, con una superficie de 134 km<sup>2</sup>, con tres parroquias urbanas que son: Sangolquí (49,61 km<sup>2</sup>), San Pedro de Taboada (5,1906 km<sup>2</sup>) y San Rafael (2,2409 km<sup>2</sup>); y dos parroquias rurales que son: Cotogchoa (35,788 km<sup>2</sup>) y Rumipamba (41,319 km<sup>2</sup>). (Salazar D. , 2009).

Ocupa el centro y la parte más bella del Valle de los Chillos, al sur del cantón cuenta con diversas elevaciones, entre la más conocida el Cerro Pasochoa, siendo una de las más extensas de la zona, a su vez se encuentra rodeado de regiones naturales como el Cerro Llano, ubicado al norte existen las laderas y las estribaciones de los cerros como son Pasochoa y Sincholagua, al sur con la Cordillera central de los Andes,



igualmente de la Loma de Puengasí, una vía de separación a Quito del Valle de los Chillos. (Gobierno de la provincia Pichincha, 2006, pág. 209)

Posee límites naturales que comprende desde la confluencia de los Ríos Pita y San Pedro, el curso del Río Pita por la quebrada de Talata hasta la confluencia de la quebrada Romopungo al norte y al oeste, continuando por la confluencia de estas quebradas en línea imaginaria que comprende desde el sur hasta alcanzar la cumbre del Cerro Pasochoa, prosiguiendo al oeste con la cumbre del Cerro Pasochoa hasta alcanzar el páramo de San Agustín, en línea meridiana hacia el norte hasta el origen de la quebrada Cuendina, aguas abajo por el Río San Pedro, a quinientos metros antes de la quebrada Zuruhuayco; determinando desde el punto al noreste hasta llegar a interceptar la quebrada Balbina, teniendo conexión con la confluencia de la quebrada Santa Isabel, aguas abajo hasta la confluencia con el Río Pita. (Gobierno de la provincia Pichincha, 2006, pág. 209)



**Figura 22 Ubicación Cantón Rumiñahui**

Fuente: (Gobierno de la provincia Pichincha, 2006, pág. 207)

#### **2.1.1.5.2. Hidrografía**

La Hidrografía en el cantón Rumiñahui se encuentra congregado de varios ríos, entre ellos encontramos:

- San Nicolas
- Capelo
- Santa Clara
- Tinajillas
- Cambache
- Cachaco
- Pita
- Rio San Pedro

Uno de los más importantes de la zona es el rio San Pedro, el cual nace en la Hoya de Guayllabamba luego forma parte del río Esmeraldas, posee su cauce principal, al cual constituye al río Pita.

#### **2.1.1.5.3. Clima**

El cantón Rumiñahui cuenta con tres tipos de clima, las cuales conforman: frio húmedo con un 15%, mesotérmino húmedo con un 75% y paramó con 10%. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2015, pág. 34).

Su temperatura oscila desde los 16° C hasta 23°C, generalmente su clima es templado por el día, aunque existen días muy calurosos que pueden llegar a los 25° C y por la noche frío, el cual puede llegar hasta los 8°C, existen meses muy calurosos que van desde abril, julio y agosto, sin embargo la fuerte intensidad de lluvia se presenta entre los meses de abril a octubre, generando un territorio fértil. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2015, pág. 34).

#### **2.1.1.5.4. Infraestructura Vial**

El cantón Rumiñahui cuenta con carreteras de primer orden en su gran mayoría, la más importante la Autopista General Rumiñahui, considerada de primer orden, se encuentra totalmente asfaltada y en constante mantenimiento, principal vía de conexión entre Distrito Metropolitana de Quito y el cantón Rumiñahui, posee cuatro carriles tanto de subida como de bajada, para su constante mantenimiento existe un peaje que se encuentra administrado por el Consejo Provincial de Pichincha.

Otra de las vías importantes es vía San Luis – El Colibrí, considerada de primer orden, se encuentra completamente asfaltada, bordea a la ciudad de Sangolquí y es un conector con la vía Cusubamba – El Colibrí, permite una conexión con la panamericana norte, y panamericana sur, siendo estas vías de primer orden, sus vías alternas la gran mayoría son de segundo y tercer orden.

Para acceder a los diferentes lugares que componen el cantón Rumiñahui, se lo puede realizar en transporte en público, la tarifa mínima es de \$0,30 ctvs., en las líneas:

- Amaguaña
- Condorvall
- Turismo
- Vingala
- Marco Polo
- Calsig
- Capelo
- Los Chillos

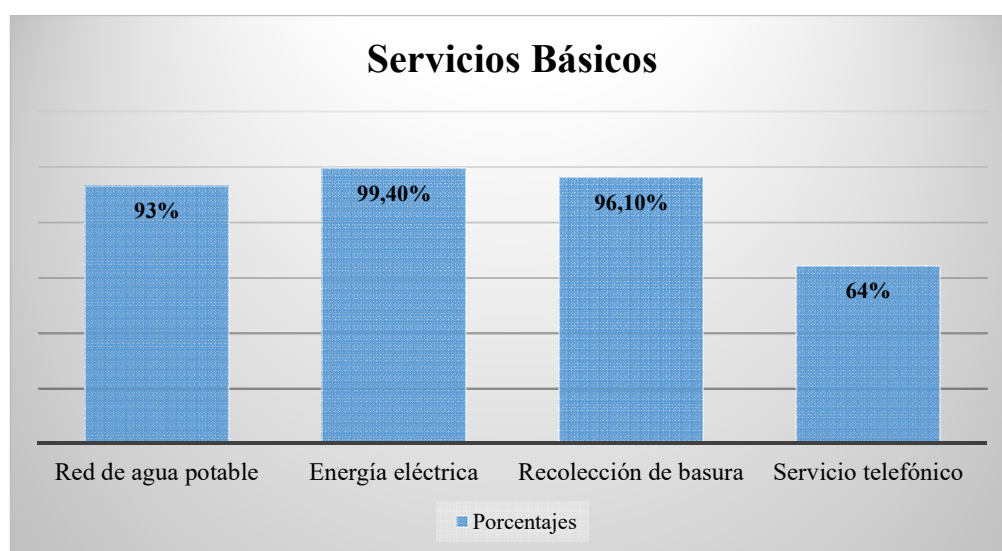
#### **2.1.1.5.5. Servicios Básicos (Agua, luz, teléfono)**

El cantón Rumiñahui cuenta con todos los servicios básicos, y estos se encuentran administrados por el municipio.

**Tabla 46**  
**Servicios Básicos**

Servicios Básicos	Porcentajes
Red de agua potable	93%
Energía eléctrica	99,40%
Recolección de basura	96,10%
Servicio telefónico	64%

Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2016)



**Figura 23 Servicios Básicos**

#### 2.1.1.6. Entorno Tecnológico

La tecnología es un factor fundamental para el desarrollo de las zonas urbanas y rurales que forman parte del cantón Rumiñahui, siendo una herramienta de comunicación que benefician en los ámbitos laboral, educación y salud de esta manera se mejora la calidad de vida de los habitantes con el nivel de alcance a la tecnología.

### 2.1.1.6.1. Conectividad

La Conectividad del cantón Rumiñahui dentro de sus 8 poblados, cuenta con cobertura de telefonía fija facilitando la comunicación de los habitantes. Las áreas urbanas poseen 0.10 líneas por habitante, el acceso a internet se concentra en los sectores urbanos existe un índice de 0.08 en extensión de la red y su área de cobertura. Los dos servicios tienen infraestructura de cableado provisionado de área y extensión. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2015, pág. 220).

**Tabla 47**  
**Acceso a Redes**

Red	Porcentaje área total	Observaciones
Telefonía Fija	51.6%	Concentrado en área urbana
Acceso a internet	90%	Disperso y no corresponde al 100% de la población

Fuente: (Gobierno Nacional de la República del Ecuador, 2016)

### 2.1.2. Micro Ambiente

#### 2.1.2.1. Sector de Servicios de Alimentos y Bebidas

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Rumiñahui cuenta con el catastro categorizado de establecimientos de alimentos y bebidas con información relevante actualizados con datos del año 2015. Este sector es actividad muy importante y significativa que aporta económicamente a los habitantes del cantón generando plazas de trabajo que permiten desarrollar la economía activa. Los establecimientos de alimentos y bebidas se encuentran conformados por restaurantes, fuentes de soda, cafeterías y bares.

Dentro los establecimientos de alimentos y bebidas según los valores identificados en el catastro existen en mayor cantidad restaurante de primera y segunda categoría. Existe más oferta de fuentes de soda de segunda categoría. En proporción menor se

evidencia cafeterías de primera y segunda categoría y únicamente 3 bares de segunda categoría.

#### **2.1.2.2. Clientes**

Se identifican que tres grupos de clientes los mismos que se enmarcan dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui.

Grupo 1: Familias y personas solas que residen en Quito y en el cantón Rumiñahui entre 31-50 años, su preferencia de consumo es en restaurantes de primera categoría. Forman parte de un estrato medio y alto.

Grupo 2: Grupo de amigos en su gran mayoría son jóvenes de 17-25 años, estudiantes que residen en el cantón prefieren visitar y comer en restaurantes de segunda categoría y fuentes de soda de primera y segunda categoría, son de un estrato medio y alto.

#### **2.1.2.3. Competencia Directa**

Al identificar que en el cantón Rumiñahui y en lugares cercanos al mismo existen variedad de establecimientos como; restaurantes, fuentes de soda, cafeterías y bares, es importante mencionar que la competencia directa se encuentra definida por establecimientos del mismo cantón, así como también de Quito y Amaguaña. Los establecimientos de baja categoría venden el mismo o similar producto o servicio que los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría, con la diferencia que estos lo venden con baja calidad. La estrategia diferenciadora de los establecimientos dentro del cantón de la competencia es el servicio. Este ámbito es uno de los elementos más importantes para el éxito del sector de alimentos y bebidas del cantón Rumiñahui.

La competencia directa que tienen los establecimientos permiten ganar un cliente y para definir de mejor manera las estrategias en el mercado, seguir las actividades diferenciadoras es la mejor manera de ir un paso por delante de ellos.

El análisis de la competencia permite el estudio de los establecimientos competidores, para que posteriormente, en base a este análisis puedan tomar decisiones, diseñar estrategias que permiten competir de manera adecuada a través de la mejora continua el sistema de gestión de la calidad.

## **2.2. Análisis Interno**

Se enfoca al estudio específico del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Rumiñahui, entidad principal reguladora del cantón, en la que se puede encontrar el catastro Municipal, organización legal, gestiones municipales entre otras.

### **2.2.1. Constitución Legal**

El 31 de Mayo de 1938, el General Alberto Enríquez Gallo, mediante el Decreto N 169, del 31 de Mayo de 1938, elevó a la categoría de cantón, a la parroquia de Sangolquí con el nombre del heroico indígena Rumiñahui. (Gobierno Municipal de Rumiñahui., 2016).

Al fin de alcanzar la cantonización, un grupo de ciudadanos, integro la Junta Cívica, que impulso la creación del nuevo cantón. La idea se esparció por toda la población de Sangolquí y todos su alrededores, de esta manera se constituyó el Comité Pro- cantonización, estando a cargo el señor Alonso Báez. (Gobierno Municipal de Rumiñahui., 2016).

Igualmente se conformó un grupo de jóvenes, el cual se denominó Comité Femenino, que lucho por buscar la cantonización del lugar, y fue de esta manera que hace 74 años se logró la cantonización de Rumiñahui. (Gobierno Municipal de Rumiñahui., 2016)

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Rumiñahui desea entregar un servicio a la población local, para poder promover el desarrollo integral de toda la comunidad, otorgando un mejoramiento de forma continua a todos sus procesos para llegar a satisfacer las expectativas de la comunidad, mediante una prestación de

servicios eficientes, eficaces y transparentes. (Gobierno Municipal de Rumiñahui., 2016)

## **2.2.2. Recursos y Capacidades**

### **2.2.2.1. Tangibles**

#### **2.2.2.1.1. Económicos y Financieros**

La economía en el cantón Rumiñahui posee un gran desarrollo industrial, entre las actividades a las que la población del cantón se dedica encontramos, mecánica, confección textil, orfebres, carpintería, turismo, gastronomía entre otros.

En el año 2013 la actividad comercial y de servicios se concentró en mayor medida en el entorno cantonal y en menor medida en el entorno parroquial, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos un 64,94% de la población se relaciona al sector comercial y de servicios en general.

En el cantón Rumiñahui se encuentran aproximadamente 4287 establecimientos comerciales, que se dedican a satisfacer las necesidades del cliente y se encuentran vinculadas en áreas como: manufacturera, servicios, comercio, agricultura, entre otros; destacándose con mayor número de establecimientos de comercio con un 46,82% y de servicios con 41,19%. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2015)

Dentro del área de servicios, la mayoría de establecimientos se concentra en actividades relacionadas al servicio de alimentos y bebidas, el turismo va adquiriendo importancia dentro del eje de desarrollo económico local. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2015)

#### **2.2.2.1.2. Tecnológicos**

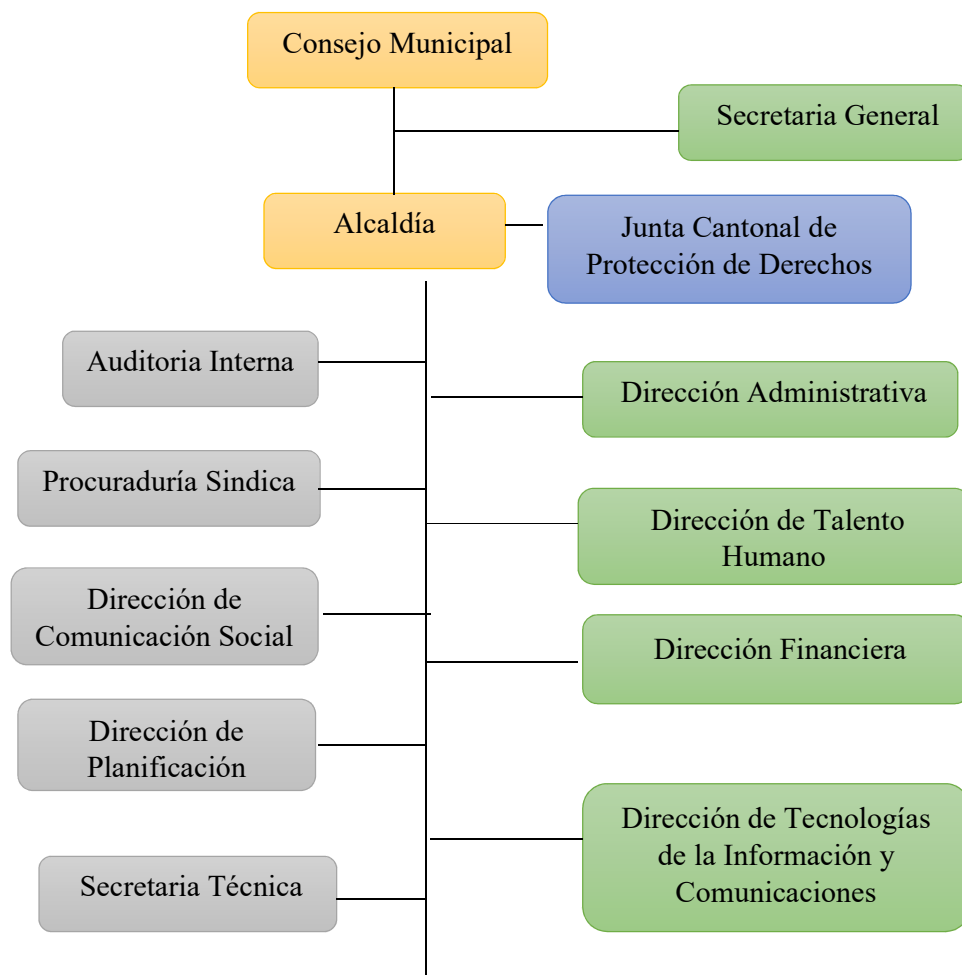
El Gobierno Autónomo Descentralizado posee una infraestructura informática, el cual se encuentra dirigida a mejorar los servicios administrativos y reducir los tiempos de respuesta a cualquier trámite que la comunidad desee realizar, actualmente consta



con un portal de consultas, en el cual los ciudadanos del cantón puedan mantenerse informados sobre el avance de los tramites, existe atención al ciudadano, donde se puede consultar valores por el concepto de servicio de agua potable, impuestos prediales y patentes. (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2016)

### 2.2.2.1.3. Estructura Organizacional

El Gobierno Autónomo Descentralizado se encuentra conformada por un Concejo Municipal que es el alto mando, seguido por la Alcaldía que actualmente se encuentra dirigido por el Ing. Civil Héctor Saúl Jácome Mantilla, el cual dirige la Municipalidad desde el año 2014 hasta el 2019. Seguido por sus concejales: Mario Cárdenas, Eduardo Noroña, Edgar Aguirre, Wilfrido Carrera, Rita Neacato, Rubén Puma y Ana Araúz. (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2016)



**Figura 24 Organigrama Estructural cantón Rumiñahui**

#### 2.2.2.1.4. Análisis FODA Cantón Rumiñahui

**Tabla 48**  
**Análisis FODA Cantón Rumiñahui**

<b>Análisis Interno</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	Destino de recreación y turismo de la región	Desorganización del comercio informal
	Centro de servicios y abastecimiento del valle	Falta de un adecuado equipamiento y servicios turísticos
	Expendio de comidas típicas, principalmente el Hornado	Competencia desleal: comercio formal e informal
	Ubicación geográfica estratégica	Falta de aplicación de la normativa Municipal
	Cobertura de servicio de transporte	Inmigración y Migración
	Presencia de universidades y colegios importantes	Falta de espacio físico para recibir más industrias
	Sítios de interés turísticos, naturales, artísticos e históricos	Débil apoyo al desarrollo económico local
	Bajo índice de analfabetismo	Falta de promoción de artesanías y el turismo
<b>Análisis Externo</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	Cercanía a mercados masivos	Globalización de los mercados
	Turismo receptivo de Quito	Aranceles y controles internacionales
	Proximidad a organismos internacionales	Migración permanente al cantón
	Acceso al desarrollo de las comunicaciones	Cercanía a Quito, demanda de servicios y tierra para vivienda
	Proximidad a instancias administrativas y financieras de Quito	Campañas externas contra la delincuencia afectan al cantón

Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2016)

## 2.3. Análisis FODA

### 2.3.1. Fortalezas

**Tabla 49**  
**Análisis Interno: Fortalezas**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>		
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>		
<b>ORD.</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN</b>
<b>1</b>	Establecimientos de alimentos y bebidas con sistema de mejora continua posterior a la obtención del reconocimiento de la Marca Q.	Listado de empresas reconocidas por el Ministerio de Turismo con la Marca Q en el año 2015.
<b>2</b>	Fiabilidad de los clientes a los establecimientos del cantón Rumiñahui que poseen la Marca Q.	Confianza a nivel internacional por la Marca “Q”.
<b>3</b>	Servicios de alimentos y bebidas garantizados en calidad que ofrecen los establecimientos.	Personal certificado.
<b>4</b>	Diversificación de la oferta de alimentos y bebidas en relación a la calidad-precio.	Establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda del cantón Rumiñahui

### 2.3.2. Oportunidades

**Tabla 50**  
**Análisis Externo: Oportunidades**

<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>		
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>		
<b>ORD.</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN</b>
<b>1</b>	Diferenciación en el mercado por el sistema de calidad de los establecimientos del cantón.	Empresas reconocidas por el Ministerio de Turismo con la Marca “Q” en el año 2015.
<b>2</b>	Promoción dentro y fuera del país, a través de la página web y redes sociales del Ministerio de Turismo.	Dirección de Calidad del Ministerio de Turismo.
<b>3</b>	Brindar servicios de calidad, para el sector de alimentos y bebidas.	Sistema Nacional de calidad Turística (SNCT).
<b>4</b>	Capacitaciones a las empresas que desean obtener Marca “Q”.	Sistema Nacional de Calidad Turística (SNCT).

### 2.3.3. Debilidades

**Tabla 51**  
**Análisis Interno: Debilidades**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>		
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>		
<b>ORD.</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN</b>
<b>1</b>	El mayor porcentaje de establecimientos de alimentos y bebidas no poseen ningún sistema de calidad.	Empresas reconocidas por el Ministerio de Turismo con la Marca “Q” en el año 2015.
<b>2</b>	Mínimo interés por parte de los establecimientos por ser reconocidos en la Marca “Q”.	Empresas reconocidas por el Ministerio de Turismo con la Marca Q en el año 2015.
<b>3</b>	Desconocimiento de la obtención de un sistema de calidad.	Prestadores de servicios desinformados.
<b>4</b>	No aplicación de sistema de calidad en los establecimientos de primera y segunda categoría.	Sistema Nacional de Calidad Turística (SNCT).

### 2.3.4. Amenazas

**Tabla 52**  
**Análisis Externo: Amenazas**

<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>		
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>		
<b>ORD.</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN</b>
<b>1</b>	Consumidores se inclinan por los establecimientos que cuentan un sistema de calidad.	Competencia entre establecimientos que poseen la Marca “Q”.
<b>2</b>	Ante la falta de información, los establecimientos pueden ser engañados por empresas privadas que realicen un sistema de calidad similar.	Información limitada sobre la Marca “Q”.
<b>3</b>	No alcanzar el reconocimiento esperado a nivel internacional con la Marca “Q”.	Reconocimiento internacional no conocido por los clientes.
<b>4</b>	El Ministerio de Turismo retire el financiamiento de capacitaciones y asistencia técnica a los establecimientos.	Recursos limitados para destinar al Sistema Nacional de Calidad Turística.

### 2.3.5. Matriz resumen FODA

**Tabla 53**  
**Matriz resumen FODA**

<b>ANÁLISIS SITUACIONAL</b>			
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>			
<b>MATRIZ FODA RESUMIDA</b>			
	<b>ANÁLISIS INTERNO</b>		<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
	<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>F1</b>	Establecimientos de alimentos y bebidas con sistema de mejora continua posterior a la obtención del reconocimiento de la Marca “Q”.	O1	Diferenciación en el mercado por el sistema de calidad de los establecimientos del cantón.
<b>F2</b>	Fiabilidad de los clientes a los establecimientos del cantón Rumiñahui que poseen la Marca “Q”.	O2	Promoción dentro y fuera del país, a través de la página web y redes sociales del Ministerio de Turismo.
<b>F3</b>	Servicios de alimentos y bebidas garantizados en calidad que ofrecen los establecimientos.	O3	Brindar servicios de calidad, para el sector de alimentos y bebidas.
<b>F4</b>	Diversificación de la oferta de alimentos y bebidas en relación a la calidad-precio.	O4	Capacitaciones a las empresas que desean obtener Marca “Q”.
	<b>ANÁLISIS INTERNO</b>		<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
	<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>
<b>D1</b>	El mayor porcentaje de establecimientos de alimentos y bebidas no poseen ningún sistema de calidad.	A1	Consumidores se inclinan por los establecimientos que cuentan un sistema de calidad.
<b>D2</b>	Mínimo interés por parte de los establecimientos por ser reconocidos en la Marca “Q”.	A2	Ante la falta de información, los establecimientos pueden ser engañados por empresas privadas que realicen un sistema de calidad similar.

<b>D3</b>	Desconocimiento de la obtención de un sistema de calidad.	A3	No alcanzar el reconocimiento esperado a nivel internacional con la Marca Q.
<b>D4</b>	No aplicación de sistema de calidad en los establecimientos de primera y segunda categoría.	A4	El Ministerio de Turismo retire el financiamiento de capacitaciones y asistencia técnica a los establecimientos.

### 2.3.6. Priorización Fortalezas

**Tabla 54**  
**Análisis Interno: Priorización Fortalezas**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>				
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>				
<b>ORD.</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>PRIORIZACIÓN</b>		
		<b>Alta 5</b>	<b>Media 3</b>	<b>Baja 1</b>
<b>1</b>	Establecimientos de alimentos y bebidas con sistema de mejora continua posterior a la obtención del reconocimiento de la Marca “Q”.	5		
<b>2</b>	Fiabilidad de los clientes a los establecimientos del cantón Rumiñahui que poseen la Marca Q.		3	
<b>3</b>	Servicios de alimentos y bebidas garantizados en calidad que ofrecen los establecimientos.			1
<b>4</b>	Diversificación de la oferta de alimentos y bebidas en relación a la calidad-precio.		3	



### 2.3.7. Priorización Oportunidades

**Tabla 55**  
**Análisis Externo: Priorización Oportunidades**

<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>				
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>				
<b>ORD.</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PRIORIZACIÓN</b>		
		<b>Alta 5</b>	<b>Media 3</b>	<b>Baja 1</b>
<b>1</b>	Diferenciación en el mercado por el sistema de calidad de los establecimientos del cantón.	5		
<b>2</b>	Promoción dentro y fuera del país, a través de la página web y redes sociales del Ministerio de Turismo.	5		
<b>3</b>	Brindar servicios de calidad, para el sector de alimentos y bebidas.		3	
<b>4</b>	Capacitaciones a las empresas que desean obtener Marca "Q".	5		

### 2.3.8. Priorización Debilidades

**Tabla 56**  
**Análisis Interno: Priorización Debilidades**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>				
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>				
<b>ORD.</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>PRIORIZACIÓN</b>		
		<b>Alta 5</b>	<b>Media 3</b>	<b>Baja 1</b>
<b>1</b>	El mayor porcentaje de establecimientos de alimentos y bebidas no poseen ningún sistema de calidad.	5		
<b>2</b>	Mínimo interés por parte de los establecimientos por ser reconocidos en la Marca "Q".			1
<b>3</b>	Desconocimiento de la obtención de un sistema de calidad.		3	
<b>4</b>	No aplicación de sistema de calidad en los establecimientos de primera y segunda categoría.		3	

### 2.3.9. Priorización Amenazas

**Tabla 57**  
**Análisis Externo: Priorización Amenazas**

<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>				
<b>UNIDAD/GRUPO: Establecimientos de Alimentos y Bebidas / Cantón Rumiñahui</b>				
<b>ORD.</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>PRIORIZACIÓN</b>		
		<b>Alta 5</b>	<b>Media 3</b>	<b>Baja 1</b>
<b>1</b>	Consumidores se inclinan por los establecimientos que cuentan un sistema de calidad.	5		
<b>2</b>	Ante la falta de información, los establecimientos pueden ser engañados por empresas privadas que realicen un sistema de calidad similar.			1
<b>3</b>	No alcanzar el reconocimiento esperado a nivel internacional con la Marca "Q".	5		
<b>4</b>	El Ministerio de Turismo retire el financiamiento de capacitaciones y asistencia técnica a los establecimientos.	5		

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Estudio de la Oferta**

Al elaborar un análisis de la situación actual en las que se encuentran los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría del cantón Rumiñahui, mediante la ponderación otorgada por Quito Turismo, se pudo determinar qué establecimientos cuentan con los parámetros requeridos para llegar entrar en el proceso de reconocimiento de Calidad, Marca “Q”.

##### **3.1.1. Descripción de Servicios**

El cantón Rumiñahui cuenta con 88 establecimientos entre restaurantes, fuentes de soda, cafeterías y bares divididas entre primera y segunda categoría, para poder realizar el análisis se tomó en cuenta solo los restaurantes tanto de primera como de segunda categoría, por motivo que el Ministerio de Turismo posee hasta el momento su norma solo para dicho establecimientos.

Se denomina a restaurante “Lugar donde se sirven bebidas y comidas a los clientes que pagan por ello. Las personas acuden a los restaurantes no sólo para comer, sino también para encontrarse con conocidos, para promover la socialización, para ver y ser visitas”. (Panosso & Lohman, 2012, pág. 59), a nivel internacional dichos establecimientos se encuentran categorizados por tenedores, mientras tanto que en Ecuador su categorización se divide en lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría.

De acuerdo a la Ley de Turismo emitida por el Ministerio de Turismo en el año 2014, correspondiente al capítulo 4 “DE LAS CATEGORÍAS”, artículo 19, define lo siguiente:

El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de

calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. (p. 4)

### **3.1.1.1. Restaurante de Primera Categoría**

De acuerdo a la Resolución N° 172 emitida por el Ministerio de Turismo, para poder categorizar a un restaurante de primera categoría debe constar con los siguientes parámetros:

#### **INSTALACIONES**

- “*Entradas*, Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicios y mercancías. / *Vestíbulo*, Con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres. / *Cocina*, Con elementos acordes a su capacidad, almacenes, cámaras, frigoríficas, cuartos fríos para carnes, pescado y verduras, mesa caliente, fregaderos, extractores de humos y olores. / *Mobiliario*, Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría. / Aire acondicionado y/o calefacción. / *Ascensor*, Si el establecimiento está situado en planta superior a la cuarta del edificio. / *Escaleras de Servicio*, Si el establecimiento tuviera más de una planta. / *Dependencias del Personal de Servicio*, Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.” (Ministerio de Turismo, 1989, pág. 368).

#### **SERVICIOS**

- “*Carta de Platos*, Un primer grupo de entradas con variedades y tres sopas o cremas, un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cuatro variedades, un tercer grupo de pescados con cuatro variedades, un cuarto grupo de carnes y aves con cuatro variedades y un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cuatro variedades. / *Carta de vinos*, Con cuatro variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados y tintos, licores, whiskies, coñacs, champagnes, así como aguas, cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.” (Ministerio de Turismo, 1989, pág. 368).

### **PERSONAL**

- “Un Maitre o Jefe de Comedor con conocimiento del idioma inglés. / Personal suficiente y uniformado, con estaciones de seis mesas por salonero.” (Ministerio de Turismo, 1989, pág. 369).

#### **3.1.1.2. Restaurante de Segunda Categoría**

De acuerdo a la Resolución N° 172 emitida por el Ministerio de Turismo, para poder categorizar a un restaurante de segunda categoría debe constar con los siguientes parámetros:

### **INSTALACIONES**

- “*Entradas*, Una sola entrada para los clientes y personal de servicio y mercancías. / Teléfono, servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres. / *Cocina*, Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregadores, almacenes y extractor de humos. / *Mobiliario*, Decoración, vajilla, cubertería, cristalería, mantelería y servilletas acordes a su categoría. / Dependencias del personal de servicio, servicios higiénicos.” (Ministerio de Turismo, 1989, pág. 369).

### **SERVICIOS**

- “*Carta de Platos*, Un primer grupo de entradas con cinco variedades y dos sopas, un segundo grupo de verduras, huevos y fideos tres variedades, un tercer grupo de pescados con tres variedades, un cuarto grupo de carnes y aves con tres variedades, un quinto grupo de postres, compuestos de dulces, helados, quesos y frutas con tres variedades. / *Carta de Vinos*, con tres variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados y tintos, licores whiskies, coñacs, champagnes, colas, aguas, refrescos, cervezas, café e insumos.” (Ministerio de Turismo, 1989, pág. 369).

### **PERSONAL**

- “Personal suficiente y uniformado, con estaciones de ocho mesas por salonero” (Ministerio de Turismo, 1989, pág. 370).

### 3.1.2. Determinación de la Población de Estudio

En la presente investigación se determinó como población de estudio a dos categorías de establecimientos de alimentos y bebidas, dentro el catastro 2015 del cantón Rumiñahui son; 37 restaurantes, 9 fuentes de soda, 3 cafeterías y 3 bares correspondientes a primera categoría y 19 restaurantes, 15 fuentes de soda y 2 cafeterías de segunda categoría con una totalidad de 88 establecimientos.

**Tabla 58**  
**Establecimientos de Alimentos y Bebidas**

Tipo de Establecimientos	Categoría	
	Primera	Segunda
Restaurantes	37	19
Fuentes de Soda	9	15
Cafeterías	3	2
Bares	3	-----

Fuente: (Catastro General Rumiñahui, 2015)

### 3.1.3. Determinación de la Muestra

La determinación de la muestra consiste en consolidar la población de estudio, la misma que debe definirse en elementos, y a su vez en unidades de muestreo, extensión y tiempo. Los elementos se refieren al objeto de estudio, y las unidades de muestreo es aquella que contiene al elemento, la extensión considera los límites geográficos y el tiempo el periodo considerado de estudio (Malhotra, 2008, pág. 335), de tal manera

Elementos: Prestadores de servicios de establecimientos de alimento y bebidas.  
Unidades de muestreo: Establecimientos de alimentos y bebidas. Extensión: cantón Rumiñahui. Tiempo: Junio 2016

De la misma manera, se planteó el marco del muestreo, siendo una lista que representa a los elementos o unidades de muestreo antes determinadas. Para establecer

este marco de muestreo, se tomó información ya verificada en la población de estudio seleccionada precedentemente.

Cuando se tiene definido la población meta, consecuentemente se establece el tamaño de la muestra, que para el presente estudio es finita, lo que significa que los datos son contables, y se desea saber cuántos del total de la población se tuvo que estudiar; por lo que, la fórmula es la siguiente:

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

n = Muestra a determinar

N = Población

e = Error de la muestra (5%)

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

d = Precisión

#### **3.1.4. Aplicación de la Fórmula**

Para la aplicación de la fórmula, se lo realizó de manera separada de acuerdo a la categoría, posterior se desarrollará la fórmula de muestra que será una muestra por extractos, obtenido el resultado se desarrollará de nuevamente un muestreo simple para determinar el número de restaurantes para poder aplicar la lista de verificación.



### 3.1.4.1. Fórmula Primera Categoría

$$n = \frac{52 * (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}{(0,05)^2 * (52 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{52 * 3,84 * 0,05 * 0,95}{(0,1) * (51) + 3,84 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{9,49}{0,31}$$

$$n = 30,61$$

Luego de aplicar la fórmula para muestra por estratos se concluyó que existe un 30,61 de subgrupos de la población total de los establecimientos de alimentos y bebidas de primera categoría; mediante a este resultado a continuación se realiza el muestreo simple.

$$n = 37 / 52$$

$$n = 0,71$$

$$n = 30,61 * 0,71$$

$$n = 14$$

Dentro de los restaurantes de primera categoría se encuentran 37 establecimientos de los cuales mediante la muestra se realizó el análisis a 14 restaurantes de primera categoría.

### 3.1.4.2. Fórmula Segunda Categoría

$$n = \frac{36 * (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}{(0,05)^2 * (36 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{36 * 3,84 * 0,05 * 0,95}{0,1 * (51) + 3,84 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{6,56}{0,30}$$

$$n = 21,86$$

Luego de aplicar la fórmula para muestra por estratos se concluyó que existe un 21,86 de subgrupos de la población total de los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría; mediante a este resultado a continuación se realiza el muestreo simple.

$$n = 19 / 36$$

$$n = 0,52$$

$$n = 21,86 * 0,52$$

$$n = 11$$

Dentro de los restaurantes de segunda categoría se encuentran 19 establecimientos de los cuales mediante la muestra se realizó el análisis a 11 restaurantes de segunda categoría

### **3.1.5. Instrumento de Recolección de Información**

En la presente investigación se tomó como instrumento de recolección de información a la lista de verificación que fue elaborada por el Ministerio de Turismo, dicha lista cuenta con 223 parámetros que se encuentran distribuidos en la parte de documentación, infraestructura, servicio, sistemas de calidad integrados entre otros, las preguntas que se encuentran de color amarillo son indispensables para el reconocimiento, el resultado del porcentaje que se obtiene al final de la aplicación, se lo realiza por medio de una fórmula matemática que es parte interna del Ministerio de Turismo, para aplicar a los establecimientos que deseen participar el reconocimiento de Marca “Q”.

### **3.1.6. Análisis de Resultados**

De acuerdo al catastro general del cantón Rumiñahui otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Rumiñahui, existen 88 establecimientos tanto de primera como de segunda categoría, de los cuales se tomó el todos los establecimientos para el

desarrollo de la muestra, de acuerdo al resultado obtenido, se inició el proceso de verificación y se identificó establecimientos fuera de funcionamiento y empresas con dos sucursales.

### 3.1.6.1. Establecimientos de Primera Categoría

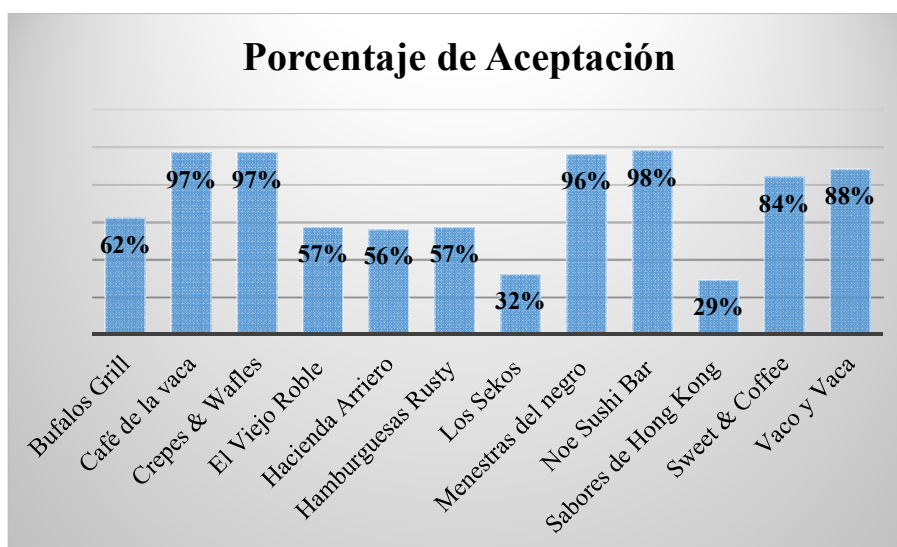
**Tabla 59**  
**Establecimientos de Primera Categoría**

01	Buffalo's Grill
02	Crepes & Waffles N° 3
03	El Café de la Vaca N° 2
04	El Viejo Roble
05	Hamburguesas de Rusty N° 2
06	La Tablita del Tártaro N° 8
07	Los Sekos
08	Menestras del Negro
09	Noe Sushi Bar
10	Runa Urco del Pasochoa
11	Sabores de Hong Kong
12	Sweet & Coffe N° 6
13	Vaco y Vaca
14	Westernbar N° 3

De acuerdo a los 14 establecimientos mencionados anteriormente, 12 de ellos accedieron a la revisión de los parámetros establecidos en la lista de verificación del Ministerio de Turismo, dado como resultado la siguiente información con datos recopilados en la visita de campo.

**Tabla 60**  
**Resultados Primera Categoría**

No	Establecimientos	0	1	2	3	4	n/a	%
1	Bufalos Grill	55	14	12	20	110	12	<b>62%</b>
2	Café de la Vaca	0	4	0	12	207		<b>97%</b>
3	Crepes & Waffles	0	8	1	7	207	-	<b>98%</b>
4	El Viejo Roble	75	21	1	18	108		<b>57%</b>
5	Hacienda Arriero	77	21	1	18	106		<b>56%</b>
6	Hamburguesas Rusty	70	13	12	7	103	18	<b>57%</b>
7	Los Sekos	72	60	50	20	14	7	<b>32%</b>
8	Menestras del negro	0	12	5	0	206		<b>96%</b>
9	Noe Sushi Bar	0	9	0	7	207		<b>98%</b>
10	Sabores de Hong Kong	107	40	23	13	30	10	<b>29%</b>
11	Sweet & Coffee	10	10	6	16	161	10	<b>88%</b>
12	Vaco y Vaca	13	10	4	13	183		<b>88%</b>



**Figura 25 Establecimientos de Primera Categoría**

Los establecimientos de alimentos y bebidas de primera categoría en su gran mayoría cumplen con el porcentaje de aceptación para obtener la marca “Q”, se determina que para poder acceder al reconocimiento tienen que obtener sobre el 80% en los parámetros de documentos de funcionamiento vigentes al año en curso, sistema de gestión integrado, infraestructura interna y externa, gestión ambiental, gestión y prevención de riesgos, capacitaciones (manipulación de alimentos, buena prácticas de manufactura) y salud ocupacional.

**Tabla 61  
Cumplimiento de Establecimientos (Primera)**

Búfalos Grill	No Cumple
Café de la Vaca	Si Cumple
Crepes & Waffles	Si Cumple
El Viejo Roble	No Cumple
Hacienda Arriero	No Cumple
Hamburguesas Rusty	No Cumple
Los Sekos	No Cumple
Menestras del Negro	Si Cumple
Noe Sushi Bar	Si Cumple
Sabores de Hong Kong	No Cumple
Sweet & Coffee	Si Cumple
Vaco y Vaca	Si Cumple

Búfalos Grill, El Viejo Roble, Hacienda Arriero, Hamburguesas Rusty, Los Sekos y Sabores de Hong Kong son establecimientos que no alcanzaron el porcentaje necesario para participar en el reconocimiento, estos carecen de la implementación y manejo de un sistema de gestión de calidad integrado o propio del establecimiento, a su vez no disponen de documentación archivada que sustente las actividades, procesos y procedimientos que se deben realizar establecimiento en la parte administrativa y operativa de los establecimientos.

Los establecimientos que cumplen con los requisitos necesarios para acceder al reconocimiento, son aquellos que han implementado con anterioridad algún sistema de calidad y siguen en constante monitoreo a través de auditorías internas que permiten analizar los resultados del sistema de calidad y mejorar de manera continua. Se identificó en los establecimientos Crepes & Waffles, Noe Sushi Bar y Café de la tienen implementado el sistema de calidad Distintivo “Q”. Además Noe Sushi Bar y Crepes & Waffles han recibido el reconocimiento de la Marca “Q” otorgado por el Ministerio de Turismo en año 2015 que aporta al prestigio nacional e internacional y fiabilidad de estos restaurantes, la auditoria que realiza este ente regulador a los establecimientos se realiza una vez cumplido el primer año de haber obtenido su reconocimiento. El 50% de los establecimientos verificados alcanzaron el porcentaje necesario para obtener la Marca “Q” y garantizan la prestación de servicios de calidad.

### 3.1.6.2. Establecimientos de Segunda Categoría

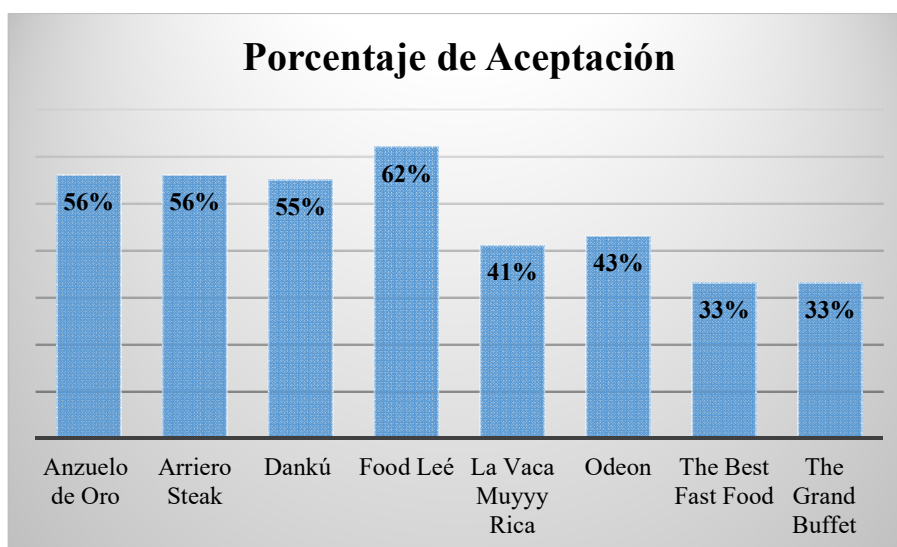
**Tabla 62**  
**Establecimientos de Segunda Categoría**

01	Anzuelo de Oro
02	Arriero Steak
03	Dankú
04	Food Leé
05	La Bella Italia
06	La Vaca Muyyy Rica
07	Las Pailas de mi Suegra
08	Odeon
09	Pizza S.A
10	The Best Fast Food
11	The Grand Buffet

De acuerdo a la muestra, 11 establecimientos se encuentran dentro del sector de segunda categoría, de los cuales 3 ya no están en funcionamiento las cuales son: La Bella Italia, Pizza S.A y Las pailas de mi suegra, los 8 restantes se les aplicó la lista de verificación.

**Tabla 63**  
**Resultados Segunda Categoría**

	<b>Establecimiento</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>n/a</b>	<b>%</b>
01	Anzuelo de Oro	74	13	10	7	103	16	<b>56%</b>
02	Arriero Steak	70	21	12	7	103	10	<b>56%</b>
03	Dankú	97	26	19	23	59	1	<b>55%</b>
04	Food Leé	61	14	6	20	110	12	<b>62%</b>
05	La Vaca Muyyy Rica	88	27	6	6	76	20	<b>41%</b>
06	Odeon	100	20	10	20	69	4	<b>43%</b>
07	The Best Fast Food	72	58	50	20	15	8	<b>33%</b>
08	The Grand Buffet	72	60	54	23	14		<b>33%</b>



**Figura 26 Establecimientos de Segunda Categoría**

Como se observa en la figura todos los porcentajes son bajos de los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda categoría, se determina que existe incumplimiento con el porcentaje de aceptación para obtener la marca “Q”.

**Tabla 64**  
**Cumplimiento de Establecimientos (Segunda)**

Anzuelo de Oro	No Cumple
Arriero Steak	No Cumple
Dankú	No Cumple
Food Leé	No Cumple
La Vaca Muyyy Rica	No Cumple
Odeon	No Cumple
The Best Fast Food	No Cumple
The Grand Buffet	No Cumple

Como resultado de la investigación se puede definir que los ocho establecimientos de segunda categoría no cumplen con el 80% de los parámetros dispuestos dentro de la lista de verificación, El personal administrativo a cargo de los establecimientos en su gran mayoría manifestaron el poco interés que tienen para cumplir a satisfacción los lineamientos de la lista de verificación para ser parte del reconocimiento de la Marca “Q”, porque resulta inversión de un presupuesto económico para aplicar un sistema de gestión de calidad sea propio o adquirido de



alguna entidad pública, únicamente tienen políticas internas de calidad del servicio al cliente. La información de capacitaciones, administrativa, operativa, procesos y procedimientos de funciones y actividades que se desarrollan interna y externamente no se sustentan con documentos que garanticen la fiabilidad de la ejecución de los mismos. Por el incumplimiento de estos principales factores impiden a todos estos establecimientos obtener el reconocimiento de la Marca “Q” que otorga el Ministerio de Turismo.

## CAPITULO IV

### 4.1. CONCLUSIONES

- La calidad basado en las teorías es importante dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas, puesto que a través de este factor pueden satisfacer las necesidades de los clientes brindando servicios garantizados, sin que este sea percibido directamente por el cliente se puede identificar mediante los diferentes reconocimientos otorgados por entidades públicas, como Ministerio de Turismo.
- El análisis interno de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Rumiñahui, permitió determinar que en su gran mayoría las empresas carecen de un sistema de gestión de calidad integrado, debido a la información limitada que reciben por parte de la dirección de calidad del Ministerio de Turismo de los reconocimientos de calidad vigentes en el ámbito turístico.
- De la totalidad de establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Rumiñahui, se idéntico que únicamente las empresas de primera categoría poseen el reconocimiento de Marca “Q”.
- A partir de esta investigación sobre el análisis de la calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas, se pudo determinar que los establecimientos de primera y segunda categoría en su gran mayoría carecen de un sistema de calidad integrado que gestione y controle los procesos de los servicios que ofrecen.
- Los establecimientos de segunda categoría, al momento de brindar los servicios se basan en parámetros de calidad especializados para satisfacer las necesidades de los clientes, sin embargo, no cuentan con una documentación registrada que sustente la ejecución e implementación de normativas en la parte interna y externa del establecimiento.

- El factor principal que limita a los establecimientos de alimentos y bebidas a implementar un sistema de calidad es el aspecto económico, que imposibilita invertir en cambios de mejora continua destinados para los ámbitos administrativos y operativos de las empresas.
- Se evidenció que los propietarios de los establecimientos no se encuentran totalmente informados acerca del proceso a seguir para obtener reconocimiento de Marca “Q”, a causa de información limitada emitida por el Ministerio de Turismo tiene en su página web y esto ha sido desfavorable para que los establecimientos tengan en conocimiento los requisitos específicos a cumplir.
- La mayoría de establecimientos manejan su propia metodología de sistema de calidad, y prefieren no participar en el proceso y selección para formar parte de la Marca “Q”, por el temor a no llegar a realizar los cambios determinados al finalizar la verificación por la entidad pública, y esta a su vez conlleva al cierre de la misma.
- Los establecimientos de primera categoría, tienen un sistema de calidad implementado el mismo que funciona como una estrategia diferenciadora dentro del sistema, lo cual constantemente ha permitido obtener reconocimientos de calidad, además se ha convertido en un beneficio que proporciona prestigio y buena calidad, para orientarse a nuevos segmentos de mercados, siendo un ventaja competitiva a comparación de otros establecimientos.

## 4.2. RECOMENDACIONES

- Considerando la prestación de servicios en base a la calidad se recomienda a los propietarios tomar en cuenta este factor para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Se sugiere a los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría, deberían participar constantemente en procesos de mejoramiento continuo y elegir un sistema de calidad dependiendo de las necesidades de las empresas, basados en aspectos laborales, administrativos y operativos.
- Es necesario que los establecimientos de alimentos y bebidas de primera y segunda categoría mantengan registros y documentos de todo tipo de actividades, capacitaciones, listas de registros, control, instructivos y manuales que se desarrollan en las empresas, ya que son requisitos necesarios para la obtención de la Marca “Q”.
- El departamento administrativo de las empresas de alimentos y bebidas deberían contemplar la mejora continua de calidad como una estandarización a fin que sea generada de una inversión económica que garantice la realización de los cambios que dispone el Ministerio de Turismo al finalizar la verificación correspondiente y de esta manera puedan alcanzar al dicho reconocimiento.
- Se sugiere a la dirección de calidad del Ministerio de Turismo que organice y planifique las estrategias que integren a los establecimientos de alimentos y bebidas a participar en las diferentes capacitaciones dictadas por esta entidad.
- Se recomienda al Ministerio de Turismo que la información emitida en la página web debe ser concreta y amplia del proceso a seguir para la obtención de la Marca “Q”.

### 4.3. REFERENCIAS

- Abril, C., Enríquez, A., & Sánchez, J. (2006). *Manual para la integración de sistemas de gestión: Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos Laborales*. Madrid: FC Editorial.
- Alianza País. (3 de Julio de 2015). *Manifiesto Ideológico: Alianza País*. Recuperado el 2 de Mayo de 2016, de Manifiesto Ideológico: Alianza País: <http://www.alianzapais.com.ec/2015/07/03/manifiesto-ideologico/>
- Asamblea Constituyente . (2008). *Constitución 2008*. Manabi: Asamblea Nacional .
- Ballesteros, A., Guerrero, C., Jiménez, J., & Denia, I. (2011). *Camarero servicio de bar*. España: Vértice.
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- Cárdenas, K. (13 de Noviembre de 2012). *Palestra Jurídico*. Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de Palestra Jurídico: <http://palestrajuridico.blogspot.com/2012/11/la-constitucion-del-ecuador.html>
- Casadesús, M., Heras, I., & Merino, J. (2005). *Calidad Práctica*. España: Pearson Educación.
- Durán, J. (2006). *Certificación y modelos de calidad en hostería y restauración*. España: Ediciones Díaz de Santos .
- Equipo Vértice . (2010). *Preparación y Servicio de bebidas y comidas rápidas en el bar*. España: Vértice.
- Escuela Europea de Excelencia. (23 de Septiembre de 2015). *Nueva ISO 9001:2015*. Recuperado el 6 de Marzo de 2016, de <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/>
- Escuela Europea de Excelencia. (01 de Julio de 2016). *Nueva Norma ISO 14001*. Recuperado el 5 de Marzo de 2016, de <http://www.nueva-iso-14001.com/10-1-generalidades/>
- Fernández, R. (2006). *Sistema de Gestión de la calidad, ambiente y prevención de riesgos laborales. Su integración*. Alicante: Club Universario .
- García, F., García, P., & Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. Madrid : Paraninfo.
- Gareth, J. (2008). *Teoría Organizacional* (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Rumiñahui. (10 de Marzo de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Cantón Rumiñahui 2012-2025*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Cantón Rumiñahui 2012-2025: <http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnosti>

co/1760003920001\_DOCUMENTO%20DIGANOSTICO\_10-03-2015\_19-55-43.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui. (10 de Marzo de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial, cantón Rumiñahui 2012 – 2025*. Recuperado el 28 de Marzo de 2016, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial, cantón Rumiñahui 2012 – 2025.: [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1760003920001\\_DOCUMENTO%20DIGANOSTICO\\_10-03-2015\\_19-55-43.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1760003920001_DOCUMENTO%20DIGANOSTICO_10-03-2015_19-55-43.pdf)

Gobierno de la provincia Pichincha. (2006). *Plan General de Desarrollo Provincial de Pichincha*. Recuperado el 28 de Marzo de 2016, de Plan General de Desarrollo Provincial de Pichincha: [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/pgd/2carcantyparr/7rumin/114\\_cantonruminahui.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/pgd/2carcantyparr/7rumin/114_cantonruminahui.pdf)

Gobierno Municipal de Rumiñahui. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui*. Recuperado el 28 de Marzo de 2016, de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui: [http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=226&Itemid=193&lang=es](http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=226&Itemid=193&lang=es)

Gobierno Municipal de Rumiñahui. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui*. Recuperado el 5 de Mayo de 2016, de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui: [http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=32&Itemid=180&lang=es](http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=32&Itemid=180&lang=es)

Gobierno Nacional de la República del Ecuador. (2016). *Instituto Espacial Ecuatoriano*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de Instituto Espacial Ecuatoriano: <http://www.institutoespacial.gob.ec/>

Gobierno Nacional de la República del Ecuador. (2016). *Presidencia República del Ecuador*. Obtenido de Presidencia República del Ecuador : [www.presidencia.gob.ec/el-presidente/](http://www.presidencia.gob.ec/el-presidente/)

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad* (Tercera ed.). México , México : Mc Graw Hill.

Gutierrez, M. (2004). *Administración para la calidad. Conceptos administrativos del control total de calidad*. México: Limusa S.A de C.V.

ICTE. (2000). *Instituto para la Calidad Turística Española*. Recuperado el 05 de 02 de 2016, de <http://www.ictes.es/ESP/e/14/La-marca-Q/La-marca>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *INEC*. Recuperado el 23 de Marzo de 2016, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Diciembre de 2015). *Reporte Economía Laboral*. Recuperado el 10 de Marzo de 2016, de Reporte Economía Laboral: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *Reporte Economía Laboral*. Recuperado el 10 de Marzo de 2016, de Reporte Economía Laboral: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Instituto para la Calidad Turística Española . (2016). *LA "Q" DE CALIDAD TURÍSTICA* . Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de LA "Q" DE CALIDAD TURÍSTICA : <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Triptico-pdf.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Krajewski, L., & Ritzman, L. (2000). *Administración de operaciones: EStrategia y análisis*. México: Pearson.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). Méxio: Pearson Educación.
- Martínez, E. (2007). *Competitividad, Crecimiento y Capitalización de las regiones Españolas*. Bilbao: Fundación BBVA.
- Ministerio de Turismo . (6 de Mayo de 2008). *Ley de Turismo*. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de Ley de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo . (9 de Enero de 2008). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de Reglamento General a la Ley de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- Ministerio de Turismo . (2013). *Sistema Inicial de Gestión Organizacional, Ecuador* . (M. d. Ecuador, Ed.) Recuperado el 12 de Abril de 2016, de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual\\_Implementaci%C3%B3n\\_SIGO.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/Manual_Implementaci%C3%B3n_SIGO.pdf)
- Ministerio de Turismo . (29 de Diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de Ley de Turismo : <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo . (28 de Febrero de 2015). *Alojamiento en Ecuador cuenta con nuevo reglamento*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de Alojamiento en Ecuador cuenta con nuevo reglamento: <http://www.turismo.gob.ec/alojamiento-en-ecuador-cuenta-con-nuevo-reglamento/>

- Ministerio de Turismo . (Marzo de 2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico* . Obtenido de Reglamento de Alojamiento Turístico : <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/RO.-465-Reglamento-de-Alojamiento-Tur%C3%ADstico-con-anexos.pdf>
- Ministerio de Turismo . (2016). *Lista de Verificación* . Quito .
- Ministerio de Turismo. (24 de Noviembre de 1989). *Resolución N° 172*. Quito : Ministerio de Turismo . Obtenido de Resolución N° 172.
- Ministerio de Turismo. (Febrero de 2013). *Informe de Rendición de cuentas, MINTUR*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de Informe de Rendición de cuentas, MINTUR: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (18 de Marzo de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/calidadturistica/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Norma Subsector Alimentos y Bebidas*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento General a la ley de Turismo*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016, de Reglamento General a la ley de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-TURISMO-2015.pdf>
- Miño, J. (Noviembre de 2008). *Visión histórica de la constitución de 1988 y 2008*. Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de Visión histórica de la constitución de 1988 y 2008: <http://www.institut-gouvernance.org/fr/analyse/fiche-analyse-449.html>
- Monzó, R. (2006). *Concepto de competencia en la evacuación* . México D.F: Publicaciones Cruz O. S.A.
- Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario: Planificación , elaboracion, implantación y seguimiento de presupuesto*. Barcelona: Profil .
- OMT. (2003). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 02 de 02 de 2016, de <http://www2.unwto.org/es>
- Panosso, A., & Lohman, G. (2012). *Teoría del Turismo: Conceptos, Modelos y Sistemas*. México: Trillas.
- Paz, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideaspropias.
- Real Academia Española . (2007). *Diccionario Manual de la Lengua Española*. Editorial Larousse.
- Robbins, S., & Decenzo, D. (2002). *Fundamentos de Administración* (Tercera ed.). México : Pearson Prentice Hall.



- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. Tabasco, México : Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Salazar, D. (05 de Abril de 2009). *Rumiñahui on the net*. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Rumiñahui on the net: <http://www.sangolquilenios.com/Home/informacion-de-ruminahui/situacion-geografica-del-canton-ruminahui>
- Salazar, M. (Febrero de 2008). Proyecto Bar Restaurante “EL TRÉBOL”. Quito.
- Sangüesa, M., Sánchez, R., Dueñas, M., Ilzarbe, L., & Thonsom, I. (2006). *Teroría y práctica de la calidad*. Madrid: Praninfo.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Elementos Orientadores*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de Elementos Orientadores: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/02/ANEXO-13-SIPeIP.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2016). *Buen Vivir, Plan Nacional 2013. 2017*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de Buen Vivir, Plan Nacional 2013. 2017: <http://www.buenvivir.gob.ec/40>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2016). *La Secretaría*. Recuperado el 2 de Mayo de 2016, de La Secretaría: <http://www.planificacion.gob.ec/la-secretaria/>
- Secretaría Nacional y Planificación y Desarrollo. (2010). *Los nuevos retos de América Latina: Socialismo y Sumak Kawsay*. Recuperado el 2 de Mayo de 2016, de Los nuevos retos de América Latina: Socialismo y Sumak Kawsay: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Socialismo-y-Sumak-Kawsay.pdf>
- Tarí, J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante.
- Tschohl, J. (2007). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. México : Pax Mexico .
- Velásquez, F. (2000). El Enfoque de sistemas y de contingencia aplicado al proceso administrativo. *Estudios Gerenciales*, 29.
- Verdoy, J., Mahiques, M., Sagasta, S., & Sirvent, R. (2006). *Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones*. Castellón : Universitat Jaume.