

Modelo de calidad integrados para empresas turísticas en la ciudad de Ambato

Autores:

Valeria Pozo Viera

Viviana Palacios Izurieta

MSc. Edwin Armijos Velasco

Institución: Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Resumen

El objetivo general de este estudio de mercado, es analizar el desarrollo del sistema de gestión de calidad en las diferentes empresas turísticas de la ciudad de Ambato. Así mismo, se busca la implementación del modelo de auditoría "Q", y la continuidad de la misma en las 24 empresas registradas y certificadas con esta insignia.

Palabras clave: sistema, calidad, turismo, certificación, gestión, modelo

Abstrac

The general objective of this market study is to analyze the development of the quality management system in the different tourist companies of the city of Ambato. Likewise, the implementation of the "Q" audit model will be sought, and its continuity will be sought in the 24 companies registered and certified with this badge.

Key words: system, quality, tourism, certification, management, model

Introducción

San Juan Bautista de Ambato, es una de las ciudades más conocidas en el Ecuador, no solo por sus festividades y la solidaridad de su gente, sino por su desarrollo y crecimiento industrial, la misma que ha servido para convertirse en una de las ciudades más visitadas de la región Sierra; sin embargo, Ambato a diferencia de otras ciudades no ha sabido potencializar su turismo, debido que la mayoría de empresas dedicadas a esa actividad ignoran la importancia de regirse a una certificación de calidad.

El sistema de gestión de calidad es considerado como una forma de desempeño donde las organizaciones busca satisfacer las necesidades de los consumidores, por lo cual, se realiza la planificación y mejora de los procesos realizados por la organización bajo grandes niveles de eficacia y eficiencia con el objetivo de lograr una ventaja competitiva. Es decir, busca destacarse ante su competencia.

El sector turístico de Ambato, no tiene esa convicción de apegarse a normas y sistemas de calidad que les permita mejorar el producto o servicio que ofertan. Es primordial que las empresas turísticas, ya sean pequeñas, medianas o grandes se apeguen a normas y sistemas de calidad para tener una certificación, la misma que está bajo lineamiento de auditorías de calidad, las cuales aporta significativamente en el desarrollo de la empresa, pues al ser utilizada como herramienta tiende a mejorar en gran escala los beneficios de rentabilidad de la empresa.

Desarrollo

Estado del Arte

Uno de los aspectos más importantes es que la calidad del producto o servicio sea diseñada, implantada y mejorada de forma continua; pues con ello, se logra mayor competitividad y mejor servicio al cliente se puede ser competitivo.

Al respecto, al ser Ecuador un país biodiverso, tiene la gran oportunidad de tener ingresos altos por el turismo. Para que Ecuador sea potenciado positivamente, debe tener ciertas bases, en los que tanto el gobierno de la República como la empresa privada deben invertir. En el caso del gobierno, con la construcción y mejoramiento de carreteras y accesos territoriales y la empresa privada a través de la calidad que brinda en su producto o servicio turístico. Para ello, es importante que la gente de este medio esté relacionada con todo lo referente a modelos de calidad, para poder implementarlos.

La calidad, como gestión administrativa, tiene como fin el satisfacer a sus clientes con productos o servicios que se les brinda en el área turística. Así mismo la calidad total, en este tipo de empresas responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad del servicio, bienestar, seguridad y, a su vez, responde al mejoramiento con tino de la imagen y afianzamiento empresarial.

Este cambio debe iniciarse con el comprometimiento y cambio de actitud de la Alta dirección. Si se quiere que los funcionarios de la empresa modifiquen su comportamiento y actitud en su forma de trabajo debemos empezar cambiando por la cabeza, para que así, haya un efecto en cadena en toda la organización;

la calidad se inicia con un cambio de actitud, un cambio en la forma de ver el trabajo que se realiza.

En tal sentido, el primer pre concepto que debe cambiar es que la calidad total no es sinónimo de lujo, sino más bien satisfacción de requerimientos, lo cual implica, que cualquiera que sea el nivel y la procedencia del turista, el servicio debe brindarse atendiendo a sus necesidades sin que por ello tengan que incrementarse los precios de atención. Es por esto, que la calidad total implica incrementar los costos de calidad mediante la prevención de defectos negativos del servicio turístico y a eliminar, por el contrario, el costo relacionado al mal servicio, trae como consecuencia un efecto multiplicador negativo que va en contra de la rentabilidad de la empresa.

Asimismo, la cultura organizacional, que es otro punto fundamental debatir, todavía no es estudiada, analizada ni se le da la importancia debida por parte de los gerentes nacionales; las organizaciones son entidades sociales, es decir, están compuestas por personas, con lo cual, es importante que todo gerente estudie su comportamiento y las causales de este, para que así pueda aplicar una estrategia de cambio que se ajuste a las características de la empresa.

Es importante que la empresa esté estructurada de acuerdo con las necesidades del turista, y no así someter las necesidades del turista a la estructura de la empresa. De esta manera, la calidad, como concepto, es aplicable para empresas de servicio e industriales, es decir, sin importar la actividad que cada una desempeña.

Asimismo, el servicio turístico, por ser intangible, se presta a una evaluación de su calidad bastante compleja y cuyos criterios son en determinadas situaciones difíciles de establecer, ya que cada turista tiene una percepción diferente, por lo cual, los empresarios turísticos deben considerar de manera muy seria los segmentos turísticos a los que cumplan sus características y requerimientos.

Otro aspecto referente al concepto de calidad, es el hecho de que la calidad total incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las empresas turísticas a través de la búsqueda de eficiencia. Esto significa, que no deben buscarse grandes ganancias a corto plazo, sino por el contrario, el

afianzamiento de la organización en el mercado competitivo y la supervivencia de la misma por medio de la calidad, por lo cual la rentabilidad se consigue a mediano y largo plazo.

Como se mencionó anteriormente, el sector turístico es uno de los principales motores de la economía del país, con expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo. Es por eso, que el Ministerio de Turismo, a través de la Dirección de Calidad, busca la implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística (SNCT) con miras a promover una cultura de excelencia que permita que Ecuador se posicione como una Potencia Turística en el mercado nacional e internacional. Uno de los proyectos que se enmarcó dentro del SNCT y que promovió en el año 2015 a la gestión de calidad en las actividades, modalidades y destinos turísticos, es el denominado Diseño del Sistema de Gestión de Calidad para empresas del sector turístico ecuatoriano e implementación en destinos turísticos priorizados; modelo en el que se establecen normas técnicas para herramientas de gestión y esquemas de certificación y reconocimiento basados en requisitos y estándares de servicio y gestión.

Dichas normas deben ser cumplidas por los establecimientos de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, y Operación Turística que deseen una futura certificación o el reconocimiento a la calidad turística con la Marca Q (Sello distintivo de calidad).

Cabe mencionar que, hoy en día, la demanda turística, además de ser más respetuosa con el ambiente, es más exigente con la relación calidad – precio del producto o servicio consumido. Es por eso, que brindar servicios de calidad pretende ser el rasgo diferenciador del sector turístico ecuatoriano, puesto que representa un factor primordial de competitividad, con miras a un modelo de desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

Es así que actualmente, existen iniciativas públicas y privadas relacionadas a la mejora de los servicios turísticos, mismas que se articulan paulatinamente con las políticas y programas del Ministerio de Turismo, ente rector de esta industria. Con lo cual, para formar parte de esta iniciativa, las empresas deben manifestar por escrito su compromiso de participación, realizar un autodiagnóstico, recibir capacitación y asistencia técnica orientada a la

implementación de sistemas de calidad turística. A continuación, deben someterse a un proceso de verificación para determinar la efectividad en la implementación. Finalmente, quienes cumplan con los requisitos establecidos se harán acreedores al reconocimiento a la calidad turística.

El Comportamiento organizacional tanto en una empresa turística, como en cualquier otra, se interesa en identificar plantear, generar y organizar métodos y técnicas para mantener cierto orden en las empresas, dicho de otro modo, es aquél que regula el comportamiento organizacional de cada empresa ya sea a nivel grupal o individual. Por lo tanto, la entidad persigue fines económicos particulares y es el administrador encargado de elevar el superávit, nada más simple que subir ganancias y reducir costos, para lograrlo el administrador tiene que estar muy pendiente de cada movimiento en los recursos financieros tendrá entonces que llevarse de manera conjunta ya que no hay buena administración sin un buen control contable.

Metodología

La metodología que se utilizó en primera instancia fue:

Exploratoria: siendo aquella que busca una mayor penetración y comprensión del tema a investigar. La investigación exploratoria forma parte del estudio de mercado ya que se realiza una investigación más profunda a parte de la información proporcionada por el GAD Municipal sobre todo lo referente a las SGI implementadas en las empresas turísticas de la Ciudad de Ambato con el objetivo de implementar en sus negocios la certificación de la Q de calidad.

Cualitativa: una parte primordial en el estudio de mercado ya que la información va a ser recaudada de forma verbal, consta de una visita personal a cada una de las empresas turísticas de la ciudad de Ambato las cuales forman parte del sistema de gestión integral de la calidad, con el objetivo de conocer si se está cumpliendo con lo expuesto por la SGI, para lograr mantener la certificación y conocer sus beneficios.

Descriptiva: se realiza por medio de la observación al momento que se visite a las empresas, donde se efectúa una serie de preguntas de acuerdo a lo referente sobre las SGI, la información recaudada es descrita de forma original sin ser sujeta a ninguna modificación la cual servirá para obtener datos reales sobre el tema a investigar.

Los instrumentos que se va a utilizar en la investigación han sido tomados en consideración, para poder recopilar la información adecuada sobre las empresas que están vinculadas con el proyecto que el GAD Municipalidad de la ciudad de Ambato ha implantado para que las empresas crecieran, dando a sus clientes un mejor servicio de calidad.

Resultados

Mediante la aplicación de la metodología en este estudio de mercado, se pudo obtener que:

Con la implementación del Sistema de Gestión de Calidad, se puede llegar a posicionar la ciudad de Ambato, como una de las grandes referentes turísticas del país. En este sentido, Julio Ocaña, Director Nacional de Calidad del Ministerio de Turismo, informó: que este proceso forma parte de los cinco pilares de gestión turística que actualmente el Ministerio de Desarrollo implementa dentro de sus programas de acción.

Con lo cual, Ambato ya no es un lugar de paso, ahora es una ciudad donde la gente visita los fines de semana, por lo que es el momento propicio para trabajar en dar un servicio y producto de excelencia y así atraer turistas.

La Ordenanza Municipal contempla la implementación del distintivo de calidad turístico denominado "Q, Ambato Tierrita Linda", que está enfocada a los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, a fin de incorporar criterios de seguridad laboral, ambiental y responsabilidad social, así como también seguridad de calidad en la provisión de servicios.

Carlos Quinde, director de Cultura, Deportes y Turismo del Municipio de Ambato, señaló que en la actualidad el turismo se ha diversificado y, por ende, incrementó sus niveles de exigencia no solamente con la calidad de bienes y servicios que proveen los empresarios, sino también con la generación de nuevas experiencias.

Finalmente, las cinco empresas que se tomaron como muestra para la aplicación del cuestionario referido por el GADM Ambato, obtuvieron un puntaje por encima de la media establecida para mantener la certificación Q, se necesita un mínimo de 80 puntos y la mayoría en este caso, Mary Carmen

Boutique, Gallinas de Pinllo El Recreo, Hotel Florida, Mama Miche marisquería y Chifa Gran Fua, cumple estos estándares. Sin embargo, al no haber un control periódico y capacitaciones para con las personas encargadas de las empresas, las mismas no sienten que están o no yendo por un buen camino, aunque también los gerentes han comprobado que producto de esta certificación las personas acuden más a sus lugares para adquirir el producto o servicio, puesto que los mismos les brindan calidad, satisfacción y garantía de que el producto o servicio es de calidad.

Es la primera vez que un Alcalde presenta un proyecto de esta magnitud en Ambato, y ahora está en nosotros el seguir trabajando para dar un servicio que transforme a la ciudad como un referente turístico.

Conclusiones

- Fueron 25 empresas ambateñas las que formaron parte de este proyecto, para la implementación de un Sistema de Gestión de calidad en aras de mejorar su servicio y, de esa manera, aumentar el turismo en la ciudad de Ambato.
- Se consideró una ventaja contar que en el Ecuador las estadísticas señalan que en el año 2015 ingresaron al país más de un millón 560 mil visitantes y en lo que va del año 2016, hay 836 mil turistas, lo que hace que se reconozca como influye el tener un mejor servicio en la ciudad.
- Lo difícil es mantener el sello de calidad y generar una cultura de servicio pues no sólo está en las manos de quienes son parte de la industria sino de todos los ciudadanos porque los turistas cuando visitan a un lugar, miran la imagen que refleja cada acción ciudadana del cantón, con lo cual , las empresas objeto de estudio trabajan para mantenerlo, elevando cada día la calidad del servicio al cliente interno y externo.

Referencias Bibliográficas

Calidad: Modelo ISO 9001 Versión 2000. Albert Badía Giménez. Editorial: Deusto

Entrevistas física a las empresas a las empresas: Hotel Maricarmen; Gallinas de Pinllo; Mama Miche Marisquería; Hotel Florida; Chifa Gran Fu Fua. (2017)

Manual de Calidad de Juray, 5ª Edición. Joseph M. Juran, A. Blanton Godfrey.
Editorial: Mc Graw Hill.