



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada  
en Turismo y Hotelería**

**Tema:**

---

**“Evaluación de establecimientos que alcanzaron la certificación de  
calidad Q en Riobamba provincia de Chimborazo y su impacto en el  
desarrollo empresarial”**

---

**AUTORA:** Delia Yolanda Jiménez Muñoz

**TUTORA:** Lic. Mg. Noemy Gaviño

**AMBATO-ECUADOR**

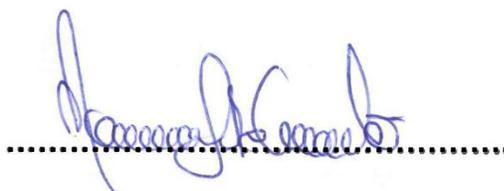
**2018**

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O  
TITULACIÓN**

**CERTIFICA**

Yo, Ing. Mg. Noemy Gaviño C.I. 1712434412 en mi calidad de Tutora del trabajo de Graduación o titulación sobre el tema: **“Evaluación de establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q en Riobamba provincia de Chimborazo y su impacto en el desarrollo empresarial”**

Desarrollado por la egresada Delia Yolanda Jiménez Muñoz, considero que dicho Informe Investigado, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión Calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



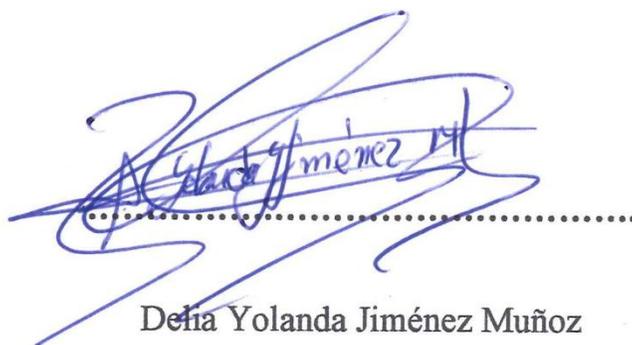
Lic. Mg. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz

TUTORA

## TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

### AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien basada en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Delia Yolanda Jiménez Muñoz

C.I: 0603911751-1

AUTORA

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORA

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“Evaluación de establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q en Riobamba provincia de Chimborazo y su impacto en el desarrollo empresarial.”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



Delia Yolanda Jiménez Muñoz

C.I: 060391175-1

AUTORA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La Comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el Tema **“Evaluación de establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q en Riobamba provincia de Chimborazo y su impacto en el desarrollo empresarial”** presentada por la Srta. Delia Yolanda Jiménez Muñoz egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Abril 2017 – Septiembre 2017, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

**LA COMISIÓN**



.....  
**Lcda. Carmen Vaca Mg.**

**180338142-3**



.....  
**Lic. Francisco Torres Mg.**

**180331816-9**

## DE DICATORIA

La presente investigación va dedicada a todas aquellas personas que gracias a su apoyo incondicional han hecho posible que culmine con mis estudios, en primer lugar a Dios por permitirme que hoy este en este nivel de mi vida, a mis padres que gracias a ellos todo esto ha sido posible por sus palabras, apoyo, amor, complicidad que en cada paso de mi vida me lo han dado, sin ellos nada de esto hubiera sido posible , en especial a mi madre mi gran pilar fundamental ,a mi amado hijo motor de mi vida, mi tesoro mi todo, a mis hermanos por estar ahí en presentes en mi vida con sus locuras.

## **AGRADECIMIENTO**

Mis más sinceros agradecimientos a mis profesores, que cada día de mi vida se convirtieron en mis mentores, en mis guías y en apoyo, gracias a sus conocimientos y a la comprensión que brindada a la paciencia y a la lucha diaria que ellos realizan por forjar personas de bien, a la institución por abrirme las puertas y darme la oportunidad de desarrollarme como persona mil gracias.

# Índice

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>iii</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORA</b> .....	<b>iv</b>
<b>AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:</b> .....	<b>v</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>vi</b>
<b>Capítulo I</b> .....	<b>13</b>
<b>EL PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1 TEMA</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2.1 Contextualización del problema</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2.2 Análisis Crítico</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.4 Formulación del problema</b> .....	<b>19</b>
<b>1.2.5 Preguntas directrices</b> .....	<b>19</b>
<b>1.2.6 Delimitación del problema</b> .....	<b>19</b>
<b>1.3 Justificación</b> .....	<b>20</b>
<b>1.4 Objetivos</b> .....	<b>21</b>
<b>1.4.1 Objetivo General</b> .....	<b>21</b>
<b>1.4.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>21</b>
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>23</b>

<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1 Antecedentes Investigativos .....</b>	<b>23</b>
<b>Fundamentación.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2 Fundamentación Filosófica .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Fundamentación Legal .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 Categorías Fundamentales.....</b>	<b>27</b>
<b>2.4.1 Subordinación de la variable dependiente.....</b>	<b>28</b>
<b>2.4.2 Subordinación de la variable independiente .....</b>	<b>29</b>
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1 Modalidad Básica de la Investigación .....</b>	<b>40</b>
<b>3.2 Tipo de Estudio .....</b>	<b>41</b>
<b>3.3 Población y Muestra .....</b>	<b>41</b>
Conceptualización.....	43
Dimensiones .....	43
Indicadores.....	43
Ítems básicos .....	43
Técnicas.....	43
Instrumentos .....	43
Cuestionario.....	43
<b>3.4.2 Variable Dependiente: Certificación de Calidad Q .....</b>	<b>44</b>
<b>3.5 Recolección de Información.....</b>	<b>45</b>

<b>3.6 Procesamiento y análisis</b> .....	45
<b>4.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS</b> .....	46
<b>Entrevista</b> .....	56
<b>4.2. Verificación de la hipótesis</b> .....	59
<b>4.2.1. Formulación de la Hipótesis</b> .....	59
<b>4.2.2. Elección del nivel de significación</b> .....	59
<b>4.2.3 Descripción de la población.</b> .....	59
<b>4.2.4 Especificación del estadístico</b> .....	59
<b>4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo</b> .....	60
<b>4.2.6 Recolección de datos y cálculos de los estadísticos</b> .....	61
<b>CAPÍTULO V</b> .....	65
<b>5.1 CONCLUSIONES</b> .....	65
<b>5.2 RECOMENDACIONES</b> .....	67
<b>Bibliografía</b> .....	68
<b>Referencias</b> .....	88

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1: OPERACIONALIZACION VARIABLE DEPENDIENTE .....	44
TABLA 2: OPERACIONALIZACION DE VARIABLE INDEPENDIENTE .....	45
TABLA 3: RECOLECCION DE INFORMACIÓN .....	46
TABLA 4: MANUAL ORGANIZACIONAL .....	47
Tabla 5: Programa de capacitacion.....	48
TABLA 6 PREPARACION DE ALIMENTOS .....	49
TABLA 7: ACCESIBILIDAD.....	50
Tabla 8: Información fidedigna.....	51
TABLA 9: PRODUCTORES LOCALES .....	52
Tabla 10: Area de servicios higiénicos.....	53
TABLA 11: SERVICIOS HIGIÉNICOS .....	54
TABLA 12: AREA DE INGRESO .....	55
TABLA 13: SERVICIOS HIGIÉNICOS EXCLUSIVOS .....	56
TABLA 24: FRECUENCIAS OBSERVADAS.....	62
TABLA 25: FRECUENCIAS ESPERADAS .....	63
TABLA 26: CALCULO DEL JI CUADRADO .....	64

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1:ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	6
GRAFICO 2: CATEGORIAS FUNDAMENTALES.....	18
GRAFICO 3:SUBORDINACION VARIABLE DEPENDIENTE .....	19
GRAFICO 4: SUBORDINACION VARIABLE INDEPENDIENTE.....	20
GRAFICO 5: MANUAL ORGANIZACIONAL.....	47
GRAFICO 6: Programa de capacitación.....	48
GRAFICO 7: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS.....	49
GRAFICO 8: ACCESIBILIDAD .....	50
GRAFICO 9: INFORMACIÓN FIDEDIGNA .....	51
GRAFICO 10: PRODUCTORES LOCALES.....	52
GRAFICO 11: Area de servicios higiénicos.....	53
GRAFICO 12: SERVICIOS HIGIÉNICOS.....	54
GRAFICO 13: AREA DE INGRESO .....	55
GRAFICO 14: Servicios higiénicos exclusivos.....	56
GRAFICO 25: CAMPANA DE GAUSS.....	63

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 TEMA**

Evaluación de establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q en Riobamba provincia de Chimborazo y su impacto en el desarrollo empresarial.

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desinterés en la implementación de la certificación de calidad q en los establecimientos de alimentos y bebidas en Riobamba, y su impacto en el desarrollo empresarial

##### **1.2.1 Contextualización del problema**

En el mundo turístico la calidad ocupa los primeros lugares debido a que turistas eligen lo mejor el momento de un viaje. A la calidad se la define como aquel distintivo sea de un servicio o producto, que posee la facilidad de satisfacer las necesidades y perspectivas del cliente al momento de adquirirlos. El Ecuador cuenta con entidades que han puesto de parte para poder obtener certificaciones de calidad como son: La Federación Nacional de Cámaras de Turismo, apoyo del Banco Internacional de Desarrollo y Cámaras de Turismo de Pichincha y Guayas las cuales han desarrollado el proyecto denominado "Sistemas de Certificación de Competencias Laborales

en el sector Turismo” su objetivo principal, es promover el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios del sector turístico para elevar la capacidad de competencia del Ecuador como destino de clase mundial. (Urgiles, 2010)

Debido a que existe un interés por parte de las entidades ya mencionadas se propuso la implementación de la certificación de calidad Q en el Ecuador dando así un nuevo reto al país en nivel turístico y a la vez abriendo puertas a nuevas oportunidades de ampliar la segmentación del mercado y ser más competitivo a nivel turístico dando paso así al desarrollo empresarial en el Ecuador ya que ha venido creciendo de una manera lenta, debido a ciertas restricciones e impuestos que el gobierno ha adoptado, pero cabe recalcar que el sector turístico ha tenido un mayor despunte y apoyo por parte del gobierno ya que su meta es tener al turismo como primera fuente de ingreso del país, es por eso que ha buscado muchas maneras y convenios de estrategias turísticas y por ende se ha invertido en marketing turístico para dar a conocer las riquezas naturales, culturales, religiosas, etc.

La primera ciudad en implementar esta certificación de calidad turística Q en el Ecuador fue la ciudad de Quito a través de la Empresa Metropolitana de Gestión de Turismo la cual otorgo el sello de calidad Q a todos aquellos establecimientos turísticos que han realizado sistemas de gestión de turismo de calidad y sostenibilidad, para poder brindar al turista servicios de primer nivel, integrado con un equipo de talento humano capacitado lo cual permitirá priorizar la calidad de la oferta turística. (Empresa Publica Metropolitana de Gestion de Destino Turistico, 2014)

Una vez bien establecida esta certificación se fue socializando con las demás provincias y ciudades las cuales optaron por implementar esta certificación en establecimientos turísticos que cumplan a cabalidad con los parámetros establecidos para la obtención de la misma.

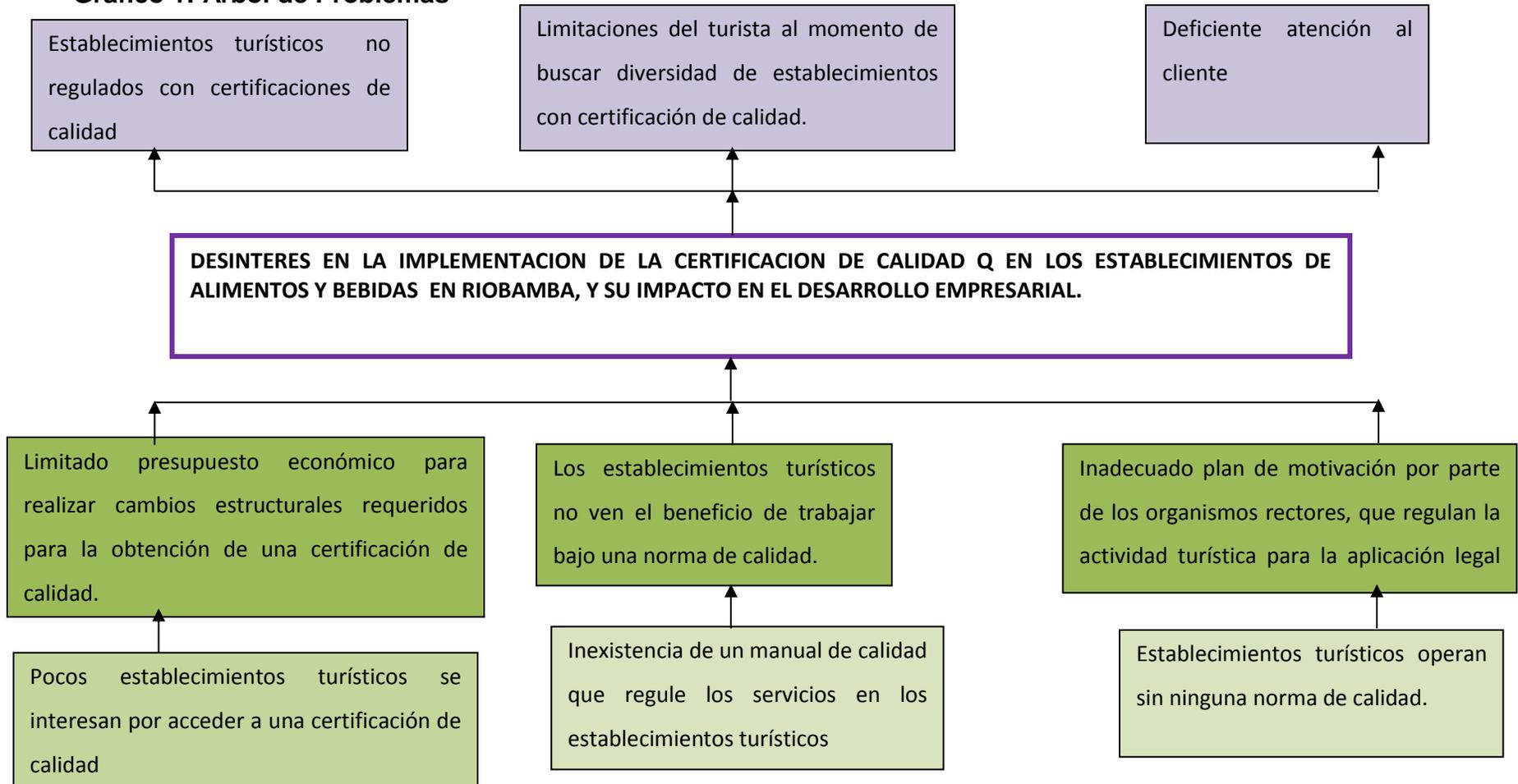
Muestra de ello es en la ciudad de Riobamba se ha notado un crecimiento empresarial y sobretodo un despunte turístico ya que el GAD municipal con ayuda del gobierno ha rescatado lugares turísticos, los ha embellecido y promocionado como atractivos a nivel nacional para que de a poco los turistas visiten nuestra ciudad y se maravillen con las riquezas que posee, otra muestra de crecimiento es la afluencia turística y sobretodo el interés que han puesto ciertos establecimientos para enrolarse en el ámbito turístico y dar pasos firmes hacia el desarrollo muestra de esto es la obtención de la certificación de calidad Q en ciertos establecimientos turísticos de la ciudad de Riobamba, la misma que dio acogida a la idea de implementar esta certificación, la cual trata de un reconocimiento que otorga el Municipio de Riobamba en base a los parámetros establecidos y firmado en el convenio con la Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, a todos aquellos establecimientos turísticos que han implementado los parámetros exigidos para obtener dicha certificación con el fin de ofertar servicios de excelencia.

Los establecimientos que lograron obtener la certificación de calidad Q son 11: En alojamiento: Rincón Alemán, San Pedro de Riobamba, Márquez del Río, Hotel Spa Casa Real, Hotel Zeus, Chimborazo Lodge, Bella Casona y Casa 1881. En cuanto a establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, recibieron este reconocimiento: El Rey del Burrito y Bonny 1 y 2.

Con este propósito, la dirección de Turismo, ejecuta desde el 2015, el plan de “Fortalecimiento de la calidad de servicios turísticos y transferencia de conocimientos para la generación de capacidades locales”, En este ámbito, se desarrollaron sistemas de gestión de calidad con estándares reconocidos por la norma Distintivo Q Calidad Turística, a través del desarrollo de programas de socialización dirigidos a los prestadores de servicios turísticos. (GAD MUNICIPAL RIOBAMBA, 2016).

## 1.2.2 Análisis Crítico

**Gráfico 1: Árbol de Problemas**



Elaborado por: JIMENEZ M, Yolanda (2017)

Se parte del análisis de los establecimientos turísticos que han alcanzado una certificación de calidad Q en Riobamba, sin embargo el número de establecimientos es relativamente bajo en relación a los que existen en la ciudad.

Constatar que no todos los establecimientos ven el beneficio de trabajar bajo una norma de calidad, lo cual genera limitaciones al turista y por ende consecuencias el momento de buscar establecimientos turísticos que le brinden calidad y calidez en su estadía en la ciudad de Riobamba.

Un limitado presupuesto económico por parte de los dueños de los establecimientos turísticos les impide realizar los cambios estructurales requeridos para la obtención de la certificación Q lo que conlleva a que existan un sin número de establecimientos que se dedican a brindar servicios sin ninguna certificación de calidad.

El inadecuado plan de motivación como promociones en revistas turísticas, ferias nacionales e internacionales de turismo, convenciones, inadecuada propaganda en fiestas y stands turísticos por parte de los organismos rectores, que regulan la actividad turística para la aplicación legal de la certificación conlleva a que pocos establecimientos se interesen por acceder a una certificación de calidad, provocando que los dueños de los establecimientos no adopten una cultura de calidad ni que realcen el estima y la aceptación de turistas que buscan comodidad, seguridad y calidad .

Al culminar esta investigación, se busca que las autoridades gestionen e incentiven a la mayoría de establecimientos turísticos a obtener una certificación de calidad que será el punto clave para todos aquellos

establecimientos turísticos y así lograr que no solo Riobamba sino el Ecuador, llegando así a posesionarse no solo el país sino a todas aquellas ciudades que apuestan por el desarrollo empresarial por medio del turismo.

### **1.2.3 Prognosis**

Es de vital importancia haber realizado la investigación para constatar el nivel de beneficio que posee los establecimientos al obtener una certificación Q y el aporte al desarrollo empresarial de Riobamba, caso contrario de no llevarse a cabo no se conocerá los beneficios que han alcanzado los establecimientos con la certificación de calidad Q, y no se podrá ver el crecimiento y desarrollo empresarial de la ciudad, ya que brindar servicios sin norma de calidad, ni seguridad pueden poner en peligro la moral y el prestigio de los establecimientos a nivel nacional como extranjero. Por ende el desarrollo de la investigación ayudará a la provincia de Chimborazo y especialmente la ciudad de Riobamba habrán ganado mucho a su favor dentro del ámbito empresarial y no solo en este ámbito debido a que se involucra el turismo como factor principal y que mejor si la obtención de una certificación de calidad es una manera de evidenciar en todos los establecimientos turísticos la calidad que ofrecen y así se sumen más establecimientos con esta certificación ya que en Riobamba solo 9 establecimientos de hospedaje y 2 de alimentos y bebidas la poseen al hablar de calidad se habla de rentabilidad, excelencia y fidelidad por parte del turista.

#### **1.2.4 Formulación del problema**

¿Cómo aporta la calidad de los servicios en los establecimientos turísticos que poseen la certificación de calidad Q, al desarrollo empresarial de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo?

#### **1.2.5 Preguntas directrices**

¿Qué ventajas poseen los establecimientos turísticos que poseen la certificación de calidad Q de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

¿Qué impacto ha generado la inclusión de normas de calidad en el desarrollo empresarial de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo?

¿Cómo el sello de calidad a manera de estrategia, mejorará los servicios y alianzas en los establecimientos turísticos que poseen la certificación de calidad Q de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo?

#### **1.2.6 Delimitación del problema**

**De contenido**

**Campo:** Turismo

**Área:** Calidad de los servicios

**Aspecto:** Desarrollo empresarial

**Espacial**

La investigación se realizó en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo

### **Temporal**

El trabajo se llevó a cabo durante el periodo comprendido entre los meses de Abril y Septiembre del 2017.

### **1.3 Justificación**

Al obtener la certificación de calidad Q se mejorará la calidad de los establecimientos turísticos los cuales que aportan al crecimiento de réditos económicos en la ciudad, generando plazas de empleo y contribuyendo al desarrollo y crecimientos del mismo, mejorando la gestión empresarial la cual se verá reflejada en la excelencia del servicio y del producto por ende consigue ser una estrategia de diferenciación frente a la competencia, fortaleciendo la formación del personal, siendo así una herramienta fundamental de gestión específica para el sector turístico.

La importancia de obtener una certificación de calidad Q será despertar el interés en cuanto a normas y servicios calidad, a la mayoría de establecimientos que no la poseen. Los sectores que se verán beneficiados son los establecimientos turísticos al igual que los colaboradores de toda la ciudad de Riobamba

El estudio es totalmente factible debido a que se cuenta con métodos y técnicas que brinda la investigación, con bibliografía referente al tema. Por ende es importante y nació de la experiencia, al constatar que la mayoría de los establecimientos turísticos carecen certificaciones de calidad y no ven

realmente su beneficio en ofrecer sus productos sino también en la atención al cliente.

En la ciudad de Riobamba existen 11 establecimientos turísticos en alojamiento: Rincón Alemán, San Pedro de Riobamba, Márquez del Río, Hotel Spa Casa Real, Hotel Zeus, Chimborazo Lodge, Bella Casona y Casa 1881. En cuanto a establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, recibieron este reconocimiento: El Rey del Burrito y Bonny 1 y 2, los cuales que le han apostado a brindar un excelente servicio al cliente practicando un turismo consciente y social logrando así obtener un reconocimiento de alto prestigio como es la certificación de calidad Q turística, con esta investigación se trata de mostrar los beneficios que se posee con la certificación de calidad, deseando transformar el pensamiento de los prestadores de servicios en una cultura de calidad.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

- Determinar la importancia de la calidad en los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q, en la ciudad de Riobamba.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar aspectos teóricos más relevantes con respecto de las ventajas que poseen los establecimientos con certificaciones de calidad.

- Realizar un análisis comparativo entre los establecimientos que poseen certificación de calidad Q con establecimientos que no poseen dicha certificación.
- Describir los beneficios que tienen los establecimientos con certificación Q de calidad.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 Antecedentes Investigativos**

Esta investigación está apoyada en los datos recopilados por diferentes autores, debido a que poseen concordancia con el tema de investigación acerca de la calidad, con lo cual se puede poseer una amplia gama de datos los cuales van a ser de apoyo fundamental para el desarrollo del proyecto de una manera correcta.

Urgiles Castro, R. (2010) *sistemas de calidad aplicados a los procesos departamentales de un hotel 4 estrellas en Ecuador* (Tesis previa a la obtención del título de ingeniera en Turismo, Universidad de Cuenca).

Llego a las siguientes conclusiones:

- Los sistemas de calidad varían de acuerdo a cada empresa y ámbito al que se los mismos que desarrollan sus estrategias y planes de acuerdo a sus objetivos que persiguen teniendo en cuenta que el principal objetivo es el continuo mejoramiento de la atención a los clientes y el bienestar y satisfacción de los colaboradores.
- Las certificaciones son aplicables a cualquier establecimiento turístico que cumpla con las normas y los requisitos necesarios los cuales son un buen medio para la evaluación de la calidad en la pr

- estación del servicio, estas certificaciones se han desarrollado en países que tiene un mayor desarrollo turístico.

De acuerdo a las conclusiones citadas, se puede notar que de a poco en el Ecuador se debe implementar alguna normativa que permita tener una herramienta que desarrolle algunos parámetros para que los establecimientos turísticos puedan basarse en ella y así establecer normas de calidad.

(Fernandez, 2012) *Las certificaciones de calidad en las empresas turísticas antecedentes y consecuencias* (Tesis previo a la obtención del doctorado Integración Económica, Competitividad y Entorno Institucional de la Empresa. Llego a las siguientes conclusiones

- Los establecimientos turísticos, no perciben la certificación Q de calidad como una herramienta de gestión sino más bien solo como una imagen.
- La implantación y mantenimiento de la certificación Q de calidad, conlleva a que los establecimientos aumenten los precios.
- La certificación Q de calidad, no es de mucho para los turistas nacionales ya que pocas son las personas nacionales que se fijan o buscan establecimientos con certificaciones de calidad.
- De acuerdo con las conclusiones citadas podemos darnos cuenta que no todos los establecimientos turísticos están dispuestos a obtener esta certificación, más bien solo aquellas cadenas o a empresarios que están dispuestos a realizar un gasto económico representativo para poder implementar todas las normas y requisitos que se necesita para poder obtener la mencionada certificación, por cruda que parezca a realidad, es así la mayoría de establecimientos turísticos no apuntan a tener acogida de turistas internacionales sino más bien están fijados

a obtener afluencia de turistas nacionales a los cuales no les importe si el lugar en el que están tenga o no la certificación Q de calidad.

## **Fundamentación**

### **2.2 Fundamentación Filosófica**

La sustentabilidad consiste en satisfacer las necesidades de la generación actual sin sacrificar la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. La satisfacción de las necesidades se debe empezar por la de las personas con bajos recursos económicos de manera que se disminuya la desigualdad económica.

Con relación a la certificación de calidad Q significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas, que faciliten su funcionamiento de un amanaera armónica en relación a tiempo y espacio, tratando día a día de perfeccionar los servicios de calidad y lograr que más establecimientos se sumen a la adquisición de esta certificación provocando así una sostenibilidad económica para la empresa mejorando la calidad de vida de los colaboradores debido a sus ingresos económicos siempre y cuando no perjudique a la naturaleza y el medio que nos rodea.

### **2.3 Fundamentación Legal**

Ley de Turismo (Decreto N° 97). *Registro Oficial* 733. (2008, Mayo 06).

*Capitulo Quinto, De las Categorías,*

**Art. 19.-** 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.

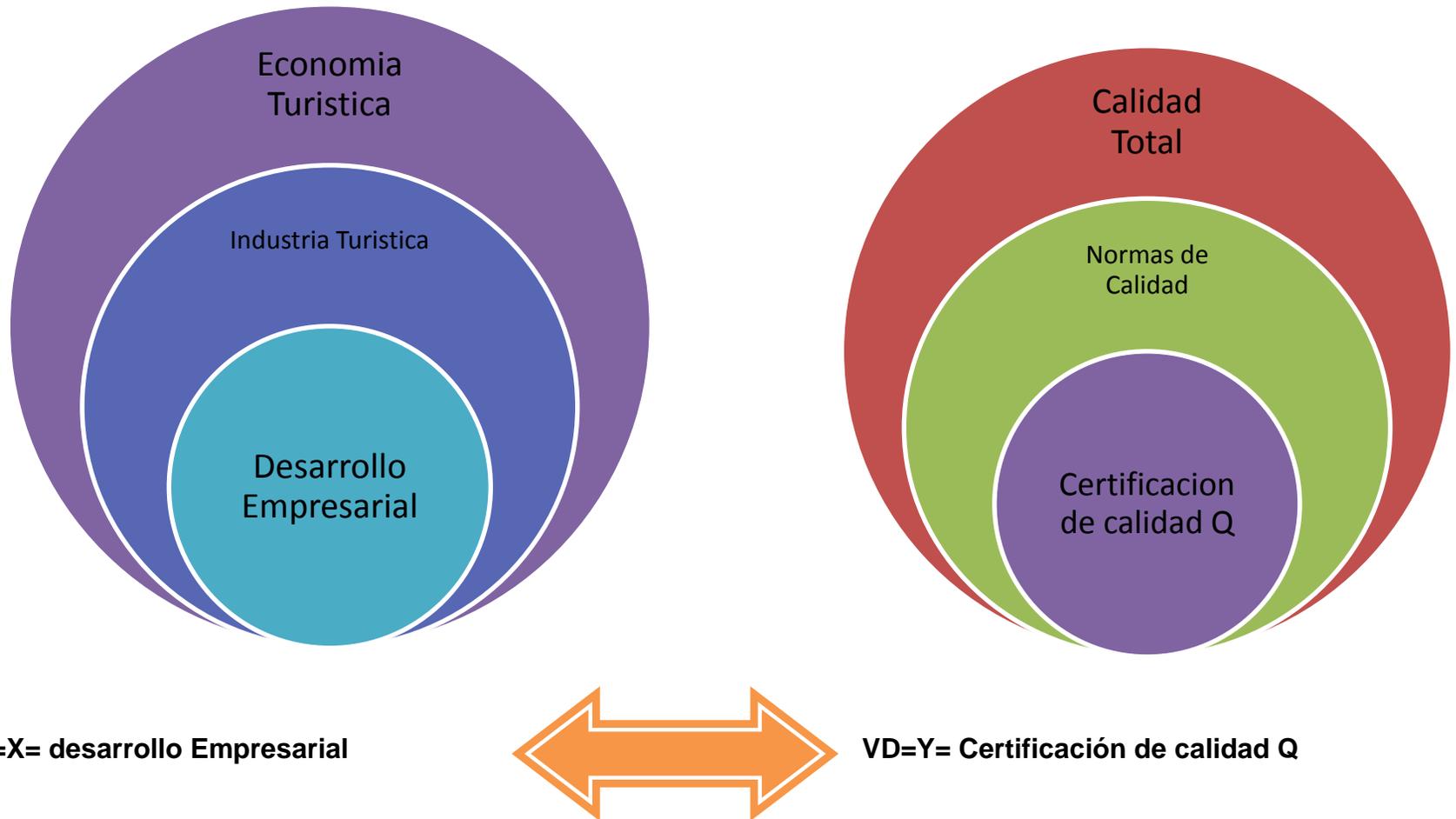
Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría. (Ministerio de Turismo, 2002)

Ley de turismo (*Decreto N° 97*) Registro Oficial 733(2008, Mayo 06)

*Capitulo Decimo, Protección al Consumidor de Servicios Turísticos,*

**Art. 44.-** El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio. (Ministerio de Turismo, 2002)

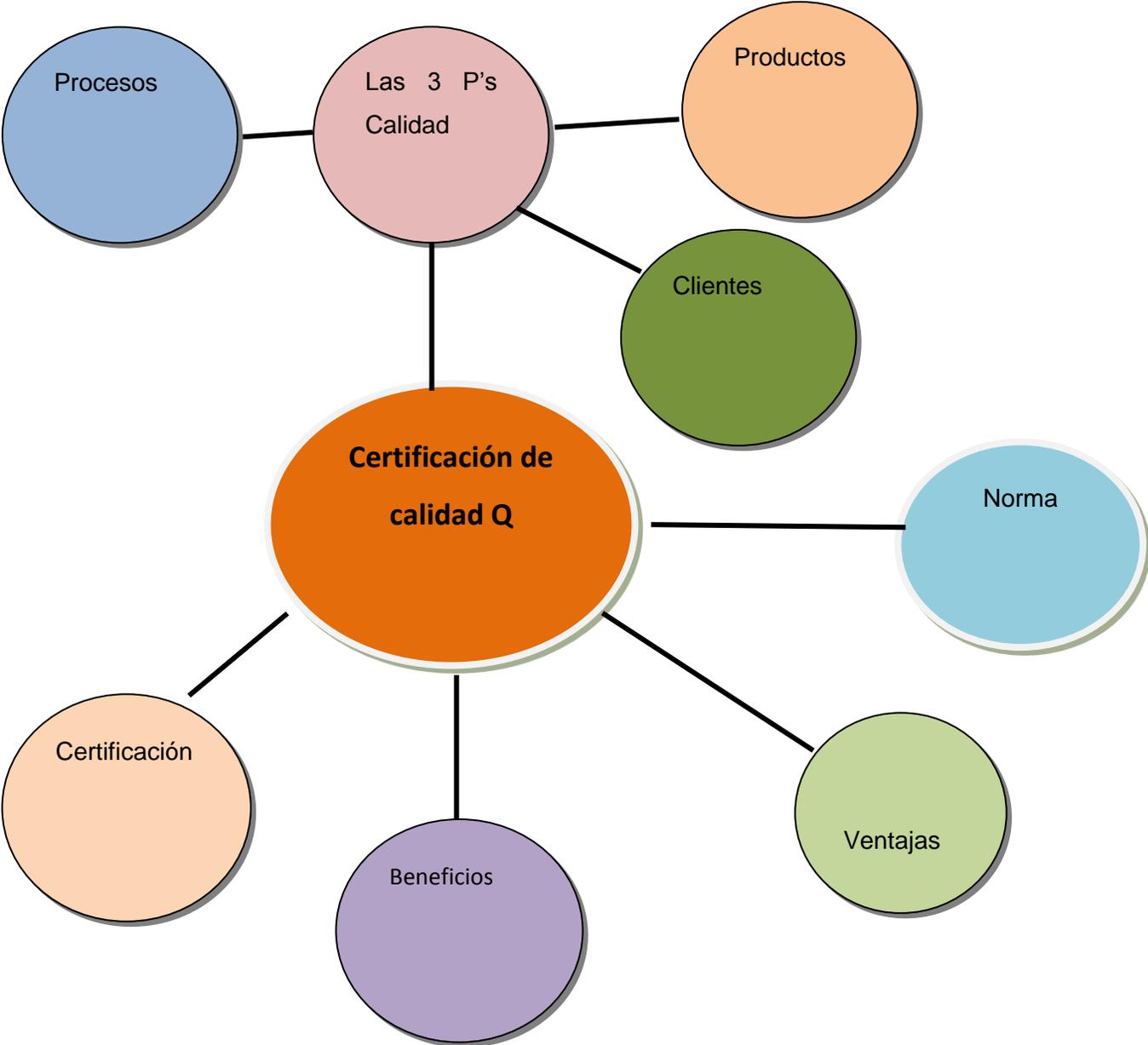
## 2.4 Categorías Fundamentales



Grafica 2: categorías fundamentales

Elaborado por: Jiménez M, Yolanda

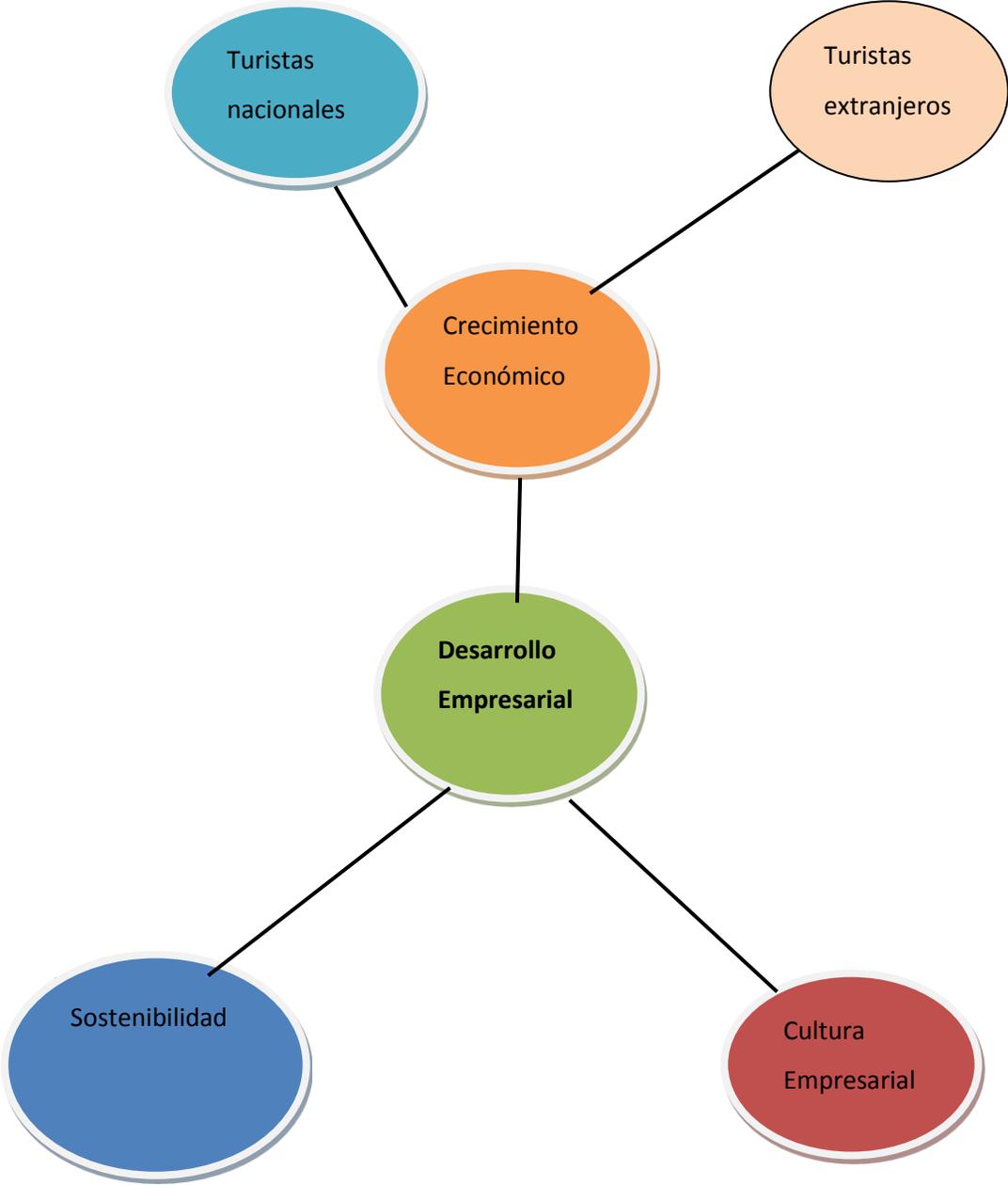
**2.4.1 Subordinación de la variable dependiente**



**Gráfico 3: Subordinación Variable dependiente**

Elaborado por: JIMENEZ M, Yolanda (2017)

**2.4.2 Subordinación de la variable independiente**



**Grafico 4: Subordinación de la variable independiente**

Elaborado por: JIMENEZ M, Yolanda (2017)

## **Descripción de las variables**

Inmersa en cada una de las categorías fundamentales se identifica temas diversos que son de gran relevancia y permitirán el desarrollo del proyecto a continuación se citara las definiciones de cada una.

## **Descripción de la variable dependiente**

### **Calidad total**

La calidad se la entiende como el mejoramiento continuo que se da en el aspecto organizacional desde los colaboradores hasta el gerente están comprometidos con los objetivos de la empresa (Manene, 2010)

La calidad va más allá del control de fallas a nivel de planta; es una filosofía y responsabilidad con la excelencia. El control de la calidad total (C.C.T.) afecta a toda una organización e incluye la implementación de actividades de calidad orientadas al consumidor. (Feigenbaum, 2009)

En conclusión la calidad total es una herramienta estratégica que permite implementar actividades orientadas al consumidor, y sobre todo está orientada hacia la excelencia.

### **Normas de calidad**

Desde el punto de vista de Aenor, 2016” considera a una norma como aquel instrumento técnica de aplicación que se da de manera voluntaria el cual es resultado de la experiencia y desarrollo tecnológico aprobado por un organismo de normalización reconocido. (Aenor, 2016)

La calidad es conformidad con los requerimientos, lo cual se mide por el coste de la no conformidad. Esto quiere decir que al utilizar este enfoque se llega a una meta de *performance* de “cero defectos”. Crosby equipara la

gestión de calidad con la prevención. En consecuencia, la inspección, la experimentación, la supervisión y otras técnicas no preventivas no tienen cabida en éste proceso. Los niveles estadísticos de conformidad con estándares específicos inducen al personal al fracaso. Crosby sostiene que no hay absolutamente ningún motivo para cometer errores o defectos en ningún producto o servicio. (Crosby, Philip, 2009)

Después de lo anterior expuesto se considera una norma de calidad a aquella que posee niveles de calidad y seguridad las cuales permite posicionarse en el mercado de una mejor manera y ser así competitiva.

### **Certificación de calidad Q**

La marca Q da a los establecimientos turísticos una imagen de fiabilidad, rigurosidad, prestigio y promoción. Aquellos establecimientos que son certificados por la Q de calidad son todos aquellos que han pasado por un estricto control de auditorías las cuales aseguran la prestación de servicios y calidad (Instituto para calidad turística española, 2009)

El sello de calidad es aquel distintivo que se le da a los prestadores de servicios turísticos los cuales están certificados dentro de alguna norma de calidad. La manera de reconocer los turistas al sello de calidad es por medio del logo que los prestadores de servicios turísticos deben colocar en un lugar visible dentro o fuera de sus establecimientos la cual es representada por la letra Q. (Sernatur, 2011)

Aquellos beneficios que aporta el sello de calidad son transparencia, seguridad, satisfacción de expectativas y mejoras en el servicio.

Los requerimientos que se fijan en las normas de gestión y calidad a cumplir aquellos establecimientos turísticos son: requisitos para la calificación que

van pasando por procesos y pasos que de a poco se van aprobando paso a paso conforme pasa la revisión del auditor. (Sernatur, 2011)

El Sello de Calidad Turística se lo dio con el fin de ayudar al desarrollo de manera voluntaria a todos los servicios de calidad que las empresas ofertan al turista. Los beneficios que se le da a los acreedores a esta certificación se ven reflejada en los costos debido a que estos se reducen de una manera notable y se ve ligada al servicio que otorga de calidad lo cual atrae un flujo mayoritario de turistas. (Sg Iso, 2012)

Calidad turística es aquel reconocimiento que el Municipio da a través de la Empresa Publica Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito, a las empresas que han a los establecimientos turísticos que han efectuado cambios ligados al sistema de gestión y turismo sostenible. Esta iniciativa a más de realzar la imagen de una ciudad como destino turístico trae consigo beneficios a nivel de gestión empresarial como en marketing. (Quito turismo, 2014)

Es evidente que la certificación de calidad debido a que otorga confianza, transparencia, seguridad, prestigio, diferenciación, fiabilidad, respecto a los establecimientos que carecen de dicha certificación, logrando así un mejoramiento competitivo en el mercado.

### **Proceso**

Es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden bajo ciertas circunstancias con un fin determinado (Philip Kloter, 2001)

Se entiende por proceso al conjunto de tareas o actividades relacionadas entre sí que admite elementos de entrada durante su desarrollo ya sea al inicio o a lo largo del mismo (Camacho, 2008)

## **Producto**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o necesidad. (Philip Kloter, 2001)

Se determina como producto al conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. ( Patricio Bonta & Mario Farber, 2001)

## **Cliente**

El cliente está cada vez más formado e informado, por lo que el asesor debe dar respuesta a sus crecientes demandas con el mismo grado de información y de una manera personalizada y con un compromiso formal. (Muñiz, 2018)

En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. (Piedrahita, 2017)

## **Certificación**

Es el procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía por escrito, de un producto o servicio está conforme a los requisitos especificados. (Patrick sivardiere & Jean Claude Pons, 2002)

Es el reconocimiento de una mayor calidad de su producto o servicio, de la oportunidad de acceder a nuevos mercados y estar presente en los distintos sectores de la actividad. (Consultora Bureau Veritas, 2017)

## **Beneficios**

Son soluciones a los problemas o necesidades del cliente resueltas, por el producto, la mayor parte de los clientes buscan más los beneficios, que las mismas funciones que pueda tener el producto. (UNID, 2015)

## **Ventaja**

Poseer una ventaja competitiva no significa ser el mejor, solo implica algo que los consumidores identifican como mejor. (Carlos Puig , 2002)

## **Norma**

Es un documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que provee para el uso común y repetitivo, reglas, directrices, o características para actividades. (ISO, 2013)

Según la consultora AENOR, manifiesta que una norma es aquel documento técnico de aplicación voluntaria, basada en resultados de experiencias y desarrollo tecnológico, el cual es aprobado por organismo regulador, además las normas garantizan niveles de seguridad y calidad lo cual permite a la empresa posicionarse de una mejor manera en el mercado. (Aenor, 2016)

## **Descripción de la variable Independiente**

### **Desarrollo empresarial**

El desarrollo empresarial no es más que elementos con los que todos los empresarios llevan a cabo sus objetivos de una manera articulada. Ciertos elementos que tiene que ver con liderar, crecer de manera económica innovar, y poseer una cultura empresarial. Llegar y cumplir a cabalidad con todos los parámetros para alcanzar así un desarrollo empresarial concederá

al empresario aprovechar todo aquello que se presente a base de oportunidades. (Acosta&Delfin, 2016)

La empresa durante su vida podrá obtener oportunidades de mercado y así poseer beneficios a gran escala. El momento crucial es este debido a que las empresas podrían aumentar de tamaño dependiendo del aumento de su producción. A toda esta evolución se le llama Desarrollo Empresarial. (Montilla&Montero, 2011)

Desarrollo empresarial es conocido por todos aquellos emprendedores y empresarios, puesto a que todos utilizan esta definición hay otras personas que lo desconocen totalmente. Se trata de la manera en que la empresa logra optimizar sus destrezas y para los recursos de la empresa. Aquel buen emprendedor es el que posee habilidades fuertes en este perfil como el autocontrol, iniciativa, confianza, integridad, etc. (Consultoria Empresarial Lopez Navarro, 2016)

Al dar una corriente de pensamiento empresarial todo cambia, debido a que aquel proceso que tiene que ver con acciones y fortalezas que posea una persona con mayor probabilidad podrá convertirse en un empresario de éxito. (Gibbs, 2009)

Es un proceso en el que la persona poseerá capacidades, destrezas y habilidades que darán un punto a favor el momento del manejo de los recursos de la empresa con ciertas características específicas como innovación de productos, ejecución correcta de procesos los cuales ayudaran al sostenimiento de la empresa. (Consultoria estrategica y de negocio, 2015)

Según se ha citado el desarrollo empresarial no es más que un mecanismo el cual permite al empresario aprovechar oportunidades que se presentan a

la empresa en un entorno globalizado, obteniendo así dos vías de desarrollo la expansión y la diversificación.

### **Industria turística**

Aquellas empresas turísticas son las que generan puntos positivos al turismo. Involucrando al gasto turístico debido a que está ligado por lo que el gasto turístico en el producto es un aparte primordial debido a que corresponda a la oferta y demanda. (OMT, 2008)

La industria turística es aquella que está involucrada en el sector económico relacionado con servicios que se ofertan y las empresas en las que estos servicios y productos son ofertados. (Cotrina, 2015)

La industria turística posee una gran gama de servicios los cuales son usados para satisfacer las necesidades del turista, pero existen también servicios indirectos que son creados por personas ajenas a estas empresas que brindan dichos servicios como farmacias, local de artesanías, etc. Logrando así un vínculo para llegar al turista de una manera oportuna. (Muñoz&Altamira, 2007)

Es evidente que industria turística es aquel sector económico que dinamiza una serie de actividades productoras de bienes y servicios, satisfaciendo las necesidades del turista.

### **Economía turística**

El turismo es una esencial actividad debido a que posee efectos directos en distintos ámbitos. La propagación del desarrollo económico tiene que ver con desarrollo socioeconómico que tendrán el acceso todas aquellas personas que deseen hacer del descanso algo creativo” (Cardenas, 2010)

La actividad económica turística se desenvuelve en un mercado competitivo, y globalizado a través de la combinación de tierra, capital, trabajo se obtienen bienes y servicios demandados para satisfacer necesidades. (Gines de Rus & Carmelo Leon, 2007)

En efecto la economía turística es aquella actividad generadora de empleo a raíz del turismo, creando corrientes de oferta y demanda provocando así un desarrollo socioeconómico

### **Crecimiento económico**

El crecimiento económico se lo puede obtener de dos maneras una extensiva y otra intensiva. Manifiesta además que el crecimiento económico se puede dar por la utilización de la mano de obra de una manera más seguida. El crecimiento económico se verá ligado por la intensiva condición del desarrollo económico. (Castillo, 2011)

### **Turista Nacional**

Es aquella persona residente del país que se traslada dentro de las fronteras del mismo. Los turistas se desplazan en el interior del país lo hacen por motivos vacacionales, recreación, congresos, convenciones, trabajo o negocios, etc. (Portugal, 2008)

### **Turista Extranjero**

Se le denomina aquella persona proveniente de otro país es decir a aquellos que han traspasado los límites territoriales de su país para internarse en otro. (Portugal, 2008)

## **Sostenibilidad**

La sostenibilidad no es más que un concepto nuevo que trata de dar más responsabilidad y afrontar ciertos problemas y desafíos que toda la humanidad enfrenta. La sostenibilidad se la entiende como un replanteamiento de mejorar y mantenerse entre sí” (OEI, 2017)

Hablar de sostenibilidad es hablar de comunión entre el humano su desarrollo y el medio ambiente es decir crecer sin destruir, aprovechar sin explotar, hacer consciencia de que la naturaleza en la actualidad no es renovable y que si fallamos al conservarla, fallamos como seres humanos. (Olivo, 2016)

Según se ha estudiado el crecimiento económico no es más el resultado de inversión y creación de plazas de trabajo dando como resultado la expansión de la economía de un país, y está ligado con la sostenibilidad debido a que es una responsabilidad colectiva que busca el bienestar de los grupos humanos.

## **Cultura Empresarial**

Se entiende a la proclividad de hacer negocios o la tendencia a generar o fomentar un espíritu emprendedor en las personas a grandes rasgos. (Babor, 2007)

Trabajar la cultura empresarial es trabajar con personas y para personas es inspirar a que busquen su máxima realización, tomar decisiones, riesgos, creatividad, iniciativa y cultivar un espíritu emprendedor. (Varela, 2011)

## **2.5 Hipótesis**

Los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q han aportado en el desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba

H0 = De qué manera los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q no han aportado al desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba

H1 = De qué manera los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q si han aportado al desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba

## **2.6 Señalamiento de Variables**

**Variable Independiente:** Desarrollo empresarial.

**Variable Dependiente:** Certificación de calidad Q

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA**

#### **Enfoque de la investigación**

La investigación se enmarcó en un esquema cualitativo el cual hace referencia a los aspectos que no son contables para descubrir preguntas de investigación y que durante su interpretación puede o no comprobar la hipótesis. De esta manera se puede analizar el deficiente conocimiento de los beneficios alcanzados por los establecimientos a través de la certificación Q en Riobamba, provincia de Chimborazo y su impacto en el desarrollo empresarial.

Por otra parte se manejó un esquema cuantitativo, ya que recolecta información, cantidades o datos para analizar y comprobar la hipótesis planteada en la investigación y que a su vez son mostrados mediante estadísticas, tablas o porcentajes obtenidos respecto a los diferentes instrumentos de recolección de datos en este caso la encuesta la misma que identifica los valores numéricos y porcentuales al respecto de las opiniones de las empresas que forman parte de la certificación Q y a aquellas que no poseen la certificación.

#### **3.1 Modalidad Básica de la Investigación**

Se utilizará dos modalidades para su estudio las mismas que serán citadas a continuación:

**Bibliográfica y Documental:** la obtención de información legal, científica que se la obtiene en libros, revistas, páginas web, artículos científicos permite conocer los factores que aportan a las normas de calidad Q y el desarrollo empresarial. Logrando así identificar los criterios de diferentes autores exponentes en las temáticas mencionadas.

**De Campo:** ya que se recogió datos en el sitio de la investigación donde se observó los problemas para después plantear una solución a la realidad del contexto.

### **3.2 Tipo de Estudio**

**El presente perfil tiene los siguientes tipos de investigación:**

#### **Tipo exploratorio**

Es de tipo exploratorio ya que estará presente en el lugar donde se va a desarrollar la investigación, para recolectar información sobre los beneficios alcanzados que poseen los establecimientos turísticos con certificación Q de calidad.

#### **Tipo descriptivo**

Es de tipo descriptivo debido a que una vez estudiado el lugar y recolectado la información, se procederá a detallar los beneficios y falencias del ámbito investigado. A los establecimientos turísticos que poseen la certificación de calidad Q.

### **3.3 Población y Muestra**

En la investigación se tomaron como muestra a 2 establecimientos de alimentos y bebidas como son restaurante “Bonny 2 y el Rey del Burrito” establecimientos que poseen la certificación Q de calidad durante ya algún

tiempo y se eligió a otros 2 establecimientos restaurante “El Delirio y Pizzería Donatello” que no poseen la certificación para realizar una comparación entre dichos establecimientos y verificar si existe o no beneficios al poseer una certificación.

El tamaño de esta población se da debido a que en la actualidad Riobamba cuenta solo con 11 establecimientos que poseen la certificación de calidad a pesar de que en un inicio se convocó a todos los establecimientos turísticos a que formaran parte de las evaluaciones para adquirir la certificación de calidad Q pero solo acudieron al llamado en total 26 de los cuales fueron descartados por diferentes razones como mala infraestructura, entre otros y al final solo 11 establecimientos fueron los que obtuvieron la certificación estos son :

En alojamiento: Rincón Alemán, San Pedro de Riobamba, Márquez del Río, Hotel Spa Casa Real, Hotel Zeus, Chimborazo Lodge, Bella Casona y Casa 1881. En cuanto a establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, recibieron este reconocimiento: El Rey del Burrito y Bonny 1 y 2.

### 3.4 Operacionalización de Variables

#### 3.4.1 Variable Independiente: Desarrollo Empresarial

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas	Instrumentos
El desarrollo empresarial es el proceso por el cual el empresario adquiere habilidades y destrezas el cual favorece al manejo eficiente y eficaz de los recursos de la empresa.	Desarrollo empresarial	Crecimiento empresarial	<p>Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento personal</p> <p>Provee información fidedigna y clara sobre sus servicios en su material promocional evitando la publicidad engañosa.</p> <p>Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales</p>	Encuesta	Cuestionario

**Tabla 1: Operacionalización Variable independiente**

Elaborado por: JIMENEZ.M, Yolanda

### 3.4.2 Variable Dependiente: Certificación de Calidad Q

**Tabla 2: Operacionalización Variable Dependiente**

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas	Instrumentos
La certificación de calidad fue creada con la finalidad de desarrollar y fortalecer de manera voluntaria a los servicios que entrega la industria turística	Certificación de calidad	Calidad en los servicios	<p>Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales</p> <p>El área de servicios higiénicos se encuentran identificados, de manera que facilite su ubicación al cliente</p> <p>Las áreas de ingreso de clientes se encuentran: libres de obstáculos y limpias( sin olores, sin polvo y ordenados)</p>	Encuesta	Encuesta semiestructurada

**Tabla 2: Operacionalización Variable dependiente**

Elaborado por: JIMENEZ. M. Yolanda

### 3.5 Recolección de Información.

¿Para qué?	<b>Para analizar los beneficios alcanzados por los establecimientos con certificación Q</b>
¿De qué personas u objetos?	Los dueños de los establecimientos turísticos con certificación Q de calidad y los que no poseen ninguna certificación de calidad de la ciudad de Riobamba
¿Sobre qué aspectos?	Desarrollo Empresarial y los beneficios alcanzados al obtener la Certificación Q de Calidad.
¿Quién?	Yolanda Jiménez.
¿Cuándo?	En el periodo Marzo 2017– Septiembre 2017.
¿Dónde?	Riobamba, provincia de Chimborazo
¿Cuántas veces?	Las que la investigación requiera
¿Qué técnica de recolección?	Mediante la elaboración de un cuestionario semi-estructurado
¿Con qué?	Medios de verificación (cuestionario)  Participación y predisposición de los encuestados
¿En qué situación?	Durante el proceso investigativo

Tabla 3: Recolección de información

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda

### 3.6 Procesamiento y análisis.

Para la presente investigación se utilizara el programa de SPSS para calcular, tabular y realizar gráficos según los resultados que arrojan las encuestas realizadas a la población de Riobamba. Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos aparte de ser una plataforma de fácil trabajo y una sencilla interface.

## CAPITULO IV

### 4.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Análisis e interpretación de las encuestas realizadas a los establecimientos de alimentos y bebidas como son: “Bonny 2 y Rey del Burrito” que poseen la certificación Q de calidad así como restaurante “El Delirio y Pizzería Donatello” establecimientos que no poseen la certificación de calidad en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

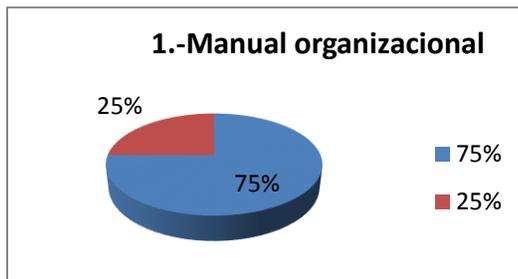
#### 1. Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento personal

Tabla Nº 4: Manual Organizacional

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	3	75%
No Contiene	1	25%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

Grafico N: 5 Manual Organizacional



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** De los 4 establecimientos investigados un total de 75% afirman que poseen un manual organizacional, lo que significa que el gerente y sus colaboradores tienen claramente socializado los aspectos de misión, visión y objetivos del establecimiento en el que laboran, mientras que el 25% manifiesta que no poseen un manual organizacional lo que significa que los colaboradores no poseen aspectos claros de la misión y visión del establecimiento.

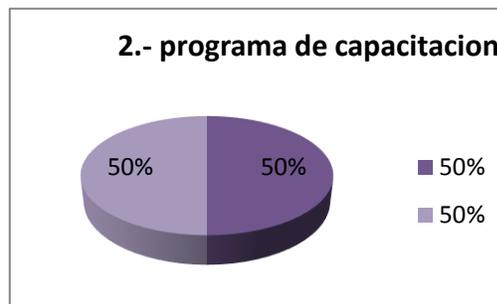
**2.- Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales**

**Tabla Nº 5:** Programa de capacitación

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	2	50%
No Contiene	2	50%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 6** Programa de capacitación



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** Uno de los beneficios que poseen los establecimientos con certificación Q y se ve reflejado en el 50% de los encuestados los mismos que manifiestan que sus colaboradores están

siendo capacitados, lo cual es de gran ayuda y el aprendizaje se evidencian en el desempeño de cada trabajador al momento de atender al cliente, mientras que el otro 50% manifiesta que sus colaboradores no poseen ningún tipo de capacitación por lo que su desempeño lo realizan de manera empírica.

**3.- El personal de preparación de alimentos no utiliza pulseras, relojes, anillos, aretes y otros accesorios que puedan entrar en contacto con los alimentos.**

**Tabla N° 6:** Preparación de alimentos

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 7** Preparación de alimentos



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** En base a los resultados obtenidos se visualiza que el 100% de los establecimientos prohíbe la utilización de pulseras, relojes, anillos, aretes y otros accesorios que puedan entrar en contacto con los alimentos, lo que significa que es su personal cumple a cabalidad las normas de higiene.

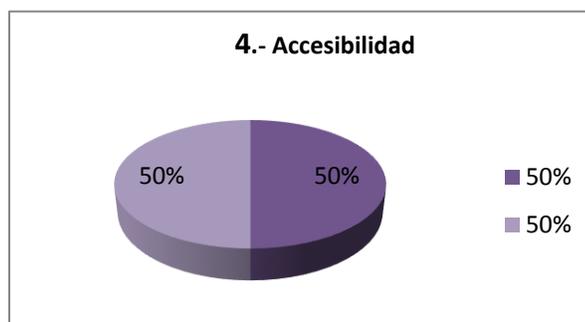
**4.- Cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva e intelectual. Por ejemplo: rampas, sillas de transferencia, apoyo de señalética braille, dispositivos de iluminación, personal capacitado para brindar las facilidades para una estadía cómoda**

**Tabla N° 7: Accesibilidad**

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	2	50%
No Contiene	2	50%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 8 Accesibilidad**



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** Se distingue que el 50% de los establecimientos encuestados cuentan con accesibilidad para personas discapacitadas y por ende con un personal capacitado para brindar facilidades a dichas personas dentro de los establecimientos, por otro lado el otro 50% o poseen accesibilidad para personas discapacitadas lo cual dificulta que dichas personas puedan ingresar a estos establecimientos por si solos y por ende el personal no está capacitado para brindar facilidades y ayuda.

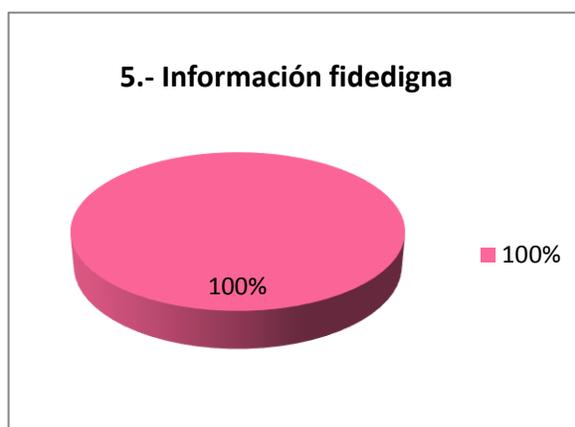
**5.- Provee información fidedigna y clara sobre sus servicios en su material promocional evitando la publicidad engañosa.**

**Tabla N° 8:** Información fidedigna

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 9** Información fidedigna



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** Se estima que el 100% de los encuestados brindan información real de los servicios y productos que expenden al consumidor evitando marketing fraudulento.

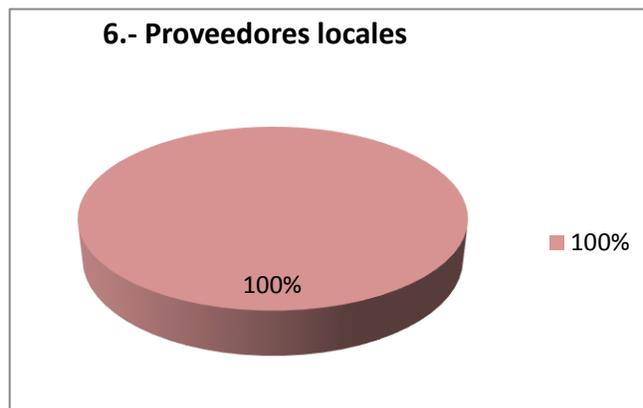
**6.- Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales.**

**Tabla Nº 9:** Proveedores locales

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N:** 10 Proveedores locales



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** Se diferencia claramente que el 100% de los encuestados consideran que es primordial contar con proveedores locales tanto de la ciudad como de la provincia debido a que se genera un vínculo comercial dando como efecto positivo la dinamización del capital, creando fuentes de empleo y crecimiento empresarial a la ciudad.

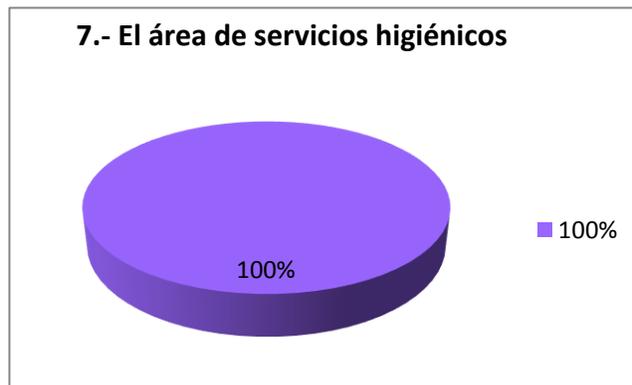
**7.- El área de servicios higiénicos se encuentran identificados, de manera que facilite su ubicación al cliente**

**Tabla N° 10:** Área de servicios higiénicos

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 11** Área de servicios higiénicos



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** Dado el análisis se observa que el 100% de los establecimientos poseen bien identificados las áreas de servicios higiénicos, lo cual facilita al cliente la ubicación y orientación del mismo.

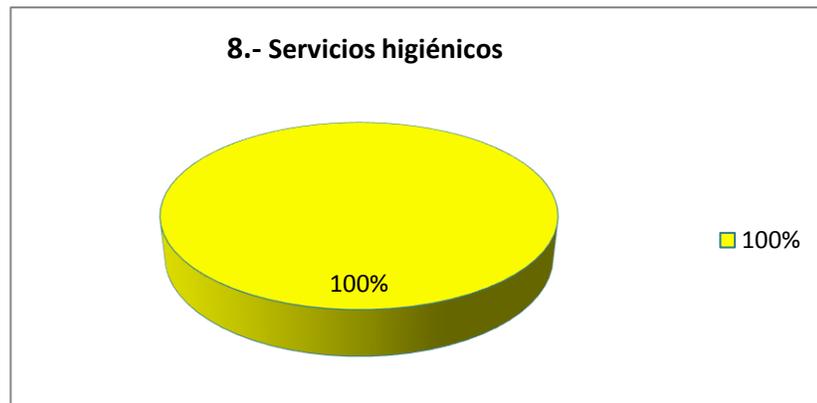
**8.- Todo servicio higiénico tanto del servicio al cliente como del personal debe contar: basurero con tapa, dispensador de jabón, sistema de secado de manos (secador automático o dispensador de toallas de mano), dispensador de papel higiénico.**

**Tabla N° 11:** Servicios higiénicos

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 12** Servicios Higiénicos



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** De los encuestados identificamos que el 100% poseen adecuadamente equipados sus servicios higiénicos, lo cual es muestra de higiene y limpieza ya que cuenta con dispensadores los mismos que son una norma principal de higiene.

**9.- Las áreas de ingreso de clientes se encuentran: libres de obstáculos y limpias (sin olores, sin polvo y ordenados)**

**Tabla N° 12:** Área de ingreso

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Gráfico N: 13** Área de ingreso



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** El 100% de los encuestados cuentan con las diferentes áreas de ingreso totalmente despejadas de cualquier obstáculo que impida el libre paso, limpias y ordenada, las mismas que dan una buena imagen del local.

## 10.- Posee servicios higiénicos exclusivos para uso del personal

Tabla Nº 13: Servicios higiénicos exclusivos

Categoría	Número	Porcentaje
Contiene	4	100%
No Contiene	0	0%
No Aplica	0	0%

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

Gráfico N: 14 Servicios higiénicos exclusivos



Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

**Análisis e interpretación:** Se logra distinguir que el 100% de los establecimientos cuentan con servicios higiénicos exclusivos para el uso del personal del establecimiento.

## Entrevista

La presente entrevista fue aplicada al señor Jonathan Novillo propietario del establecimiento "Pizzería Donatello" la misma que no cuenta con certificación de calidad Q.

### **1.- Usted tiene algún conocimiento acerca de certificaciones turísticas.**

Si posee conocimiento de algunas certificaciones, bueno más bien de las más comunes como la trip advisor, la certificación de calidad Q.

### **2.- Considera usted importante obtener una certificación de calidad**

Pienso que si es importante obtener algún tipo de certificación, pero esto implica ciertos ajustes y arreglos en todo sentido dentro del establecimiento.

### **3.- Conoce usted acerca de los beneficios que existen al poseer una certificación de calidad.**

La verdad muy poco creo que un beneficio es que la gente te conozca a través de calificaciones que dan los propios turistas en una página web este en el caso de la trip advisor que son criterios que los clientes dan cuando han visitado cierto establecimiento y ellos se encargan de calificar la atención, servicio, etc. Y recomiendan o no visitar dicho establecimiento, del resto de certificaciones no conozco realmente sus beneficios.

### **4.- Considera usted que es importante poseer algún tipo de certificación para posicionarse en el mercado turístico.**

La verdad no considero que sea un punto crucial para poder estar en el mercado competitivo, más bien la veo como una herramienta, un plus que un establecimiento adopta para llamar la atención de más turistas.

## **Entrevista**

La presente entrevista fue aplicada al señor Héctor González propietario del Restaurante “Bonny” establecimiento con certificación de calidad Q.

### **1.- ¿Cómo fue la experiencia para la obtención de la certificación de calidad Q?**

El Municipio de Riobamba ha logrado establecer un convenio con el Municipio Metropolitano de Quito para conceder la certificación “Q” en Riobamba, y le digo con orgullo que hemos logrado esta certificación, pero las exigencias fueron muy grandes: nos obligaron a esmerarnos para ofrecer calidad en nuestros productos gastronómicos, mayor calidad en los productos que adquirimos para elaborar la comida y capacitar a nuestros colaboradores.

### **2.-¿ Considera usted que obtener una certificación de calidad aporta al crecimiento empresarial de la ciudad?**

El esfuerzo de los empresarios va en beneficio de la ciudad y la provincia, porque alcanzar la Certificación “Q” significa que Riobamba y Chimborazo cuentan con restaurantes y hoteles de calidad, con cafeterías y sitios de diversión que están a la par de otros sitios del mundo, y ahora podemos decir que tenemos discotecas con mayor tecnología y mejores ambientes para los gustos, los mismos que abren paso a nuevas inversiones haciendo que la ciudad crezca empresarialmente.

**3.- ¿Cuáles son los beneficios que se posee con la certificación de calidad?**

Los principales beneficios creo yo es la fidelidad del cliente, después el trabajo que las autoridades realizan como son propagandas, difusión en revistas turísticas y por ejemplo ofrecen descuentos a los turistas que viajan en el tren es decir que si visitan establecimientos con certificaciones de calidad Q tendrán descuentos.

**4.- ¿Considera usted importante obtener una certificación de calidad?**

Realmente es importante debido a que es un sello de garantía de que el lugar que el turista visita le ofrecerá buena atención, servicio de primera y alimentos elaborados higiénicamente, por otro lado también se considera significativo una certificación porque se posiciona en un mercado.

## **4.2. Verificación de la hipótesis**

### **4.2.1. Formulación de la Hipótesis**

H0 = Hipótesis nula H1 = Hipótesis alterna

H0 = De qué manera los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q no han aportado al desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba

H1 = De qué manera los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q si han aportado al desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba

### **4.2.2. Elección del nivel de significación.**

Se utilizará el nivel  $\alpha = 0,05$

### **4.2.3 Descripción de la población.**

Se extrajo una muestra de 11 establecimientos que poseen la certificación Q de calidad y a 11 establecimientos que no poseen la certificación Q de calidad se aplicó un cuestionario semi-estructurado.

### **4.2.4 Especificación del estadístico.**

De acuerdo a la tabla de contingencia 4x3 utilizaremos la fórmula.

$$x^2 = \frac{\sum(O-E)^2}{E} \text{ Donde}$$

$x^2$  = chi o ji cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Datos observados

E = Datos esperados

#### **4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo**

Para decidir sobre estas regiones primeramente determinamos los grados de libertad conociendo que el cuadrado está formado por 4 filas y 3 columnas.

$$gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$gl = (4 - 1) (3 - 1)$$

$$gl = 3 \times 2 = 6$$

Entonces con 6 gl y un nivel de 0.05 tenemos en la tabla de  $\chi^2$  el valor de 16.811 por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de ji cuadrado que se encuentre hasta el valor de 16.811 y se rechaza la hipótesis nula cuando los valores calculados son mayores de 16.811.

## 4.2.6 Recolección de datos y cálculos de los estadísticos

Tabla Nº 24: Frecuencias Observadas.

Categorías				
Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Subtotal
1. Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento personal.	2	2	0	4
2. Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales	2	2	0	4
4. Cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva e intelectual. Por ejemplo: rampas, sillas de transferencia, apoyo de señalética braille, dispositivos de iluminación, personal capacitado para brindar las facilidades para una estadía cómoda.	0	4	0	4
6. Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales	4	0	0	4
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>16</b>

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

Tabla Nº 25: Frecuencias Esperadas.

Categorías				
Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Subtotal
1. Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento personal.	2	2	0	4
2. Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales	2	2	0	4
4. Cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva e intelectual. Por ejemplo: rampas, sillas de transferencia, apoyo de señalética braille, dispositivos de iluminación, personal capacitado para brindar las facilidades para una estadía cómoda.	2	2	0	4
6. Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales	2	2	0	4
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>16</b>

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente formula:

$$x^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

Σ significa sumatoria.

O es la frecuencia esperada.

E es la frecuencia esperada en cada celda.

Es decir, se calcula para cada celda la diferencia entre la frecuencia observada y la esperada, esta diferencia se eleva al cuadrado y se divide entre la frecuencia esperada. Finalmente se suman estos resultados y la sumatoria es el valor de  $\chi^2$  obtenida.

### Procedimiento para calcular el Chi cuadrado ( $\chi^2$ )

Tabla N° 26 Cálculo del ji cuadrado

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> / E
2	2	0	0	0
2	2	0	0	0
2	2	0	0	0
2	2	0	0	0
0	2	2	4	2
4	2	2	4	2
4	2	2	4	2
0	2	2	4	2
<b>16</b>	<b>16</b>			<b>8</b>

Elaborado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

#### 4.2.7 Decisión

Para 6 grados de libertad a un nivel 0.05 se obtiene en la tabla 12,90 el valor del ji cuadrado calculado es 8 se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alterna que dice: De qué manera los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q si han aportado al desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba

## Campana de Gauss

Gráfico N: 25



P. (upper)

$X_{2t} = 8$

$X_{2c} = 12,90$

Elaborado por: OLIVO, David (2015)

Recopilado por: JIMENEZ, M, Yolanda (2017)

## CAPÍTULO V

### 5.1 CONCLUSIONES

- Entre las ventajas que poseen los establecimientos con certificaciones de calidad es que reciben capacitaciones gratuitas cada 3 meses impartidas por el Ministerio de turismo, promoción en ferias turísticas, revistas turísticas.
- La calidad es un aspecto que aporta al mejoramiento continuo de las empresas, por lo que los establecimientos con certificación Q brindan a los turistas un servicio óptimo y de primera, debido a que sus colaboradores al igual que los propietarios de los establecimientos están capacitados para brindar satisfacción al cliente.
- Los turistas que visitan los establecimientos con certificación de calidad Q se sienten satisfechos de manera que visitan más a menudo estos lugares cada vez que viajan a esta ciudad volviéndose en clientes fidedignos.
- Mediante la obtención de la certificación Q de calidad la mayoría de los establecimientos turísticos han logrado alianzas corporativas lo cual ayuda a los establecimientos a fortalecerse en los aspectos de ventas y convenios lo cual produce réditos tanto para la ciudad como a los mismos establecimientos.
- Los establecimientos con certificación de calidad Q son evaluados anualmente rigiéndose a un instrumento de evaluación elaborado para cumplir con los parámetros y exigencias establecidas, con lo que se mantiene el estándar de atención y servicio al cliente por parte de estos establecimientos calificados.

- Los establecimientos que no poseen certificación de calidad Q manifiestan que obtenerla es muy costosa debido a que deben realizar cambios estructurales.
- Los establecimientos sin certificación se sienten capaces de competir a la par con los establecimientos certificados.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Es de suma importancia que se asuma la implementación de normas de calidad como política pública para el funcionamiento de las empresas turísticas en el Ecuador.
- Se debería inculcar a los dueños de los establecimientos turísticos en incursionar en normas de calidad.
- Convendría que las municipalidades informen de manera continua sobre las ventajas de obtener una certificación de calidad Q a los establecimientos turísticos, los incentiven para la obtención de la misma.
- Concientizar a los operadores en el campo turístico sobre la importancia de manejarse bajo normas y certificaciones de calidad, generando así una buena imagen a nivel nacional e internacional.
- Promover la práctica de un servicio consciente mediante incentivos a los establecimientos con certificaciones de calidad Q.
- Promocionar en ferias turísticas nacionales e internacionales a los establecimientos que poseen la certificación de calidad Q.
- Brindar beneficios como marketing y difusión en medios de comunicación a los establecimientos que poseen la certificación Q.

## Bibliografía

- Patricio Bonta & Mario Farber. (2001). *Definicion de producto*. Obtenido de Definicion de producto: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Acosta&Delfin. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial | Delfin Pozos ...* Recuperado el 2017, de Importancia y análisis del desarrollo empresarial | Delfin Pozos ....: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810/9526>
- Aenor. (2016). *Qué es una norma? - Aenor*. Recuperado el 2017, de Qué es una norma? - Aenor: [http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/quees\\_norma.asp#.WQYQfTe1vDc](http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/quees_norma.asp#.WQYQfTe1vDc)
- Antonio Esquivas. (2013). *La persona vista como intimidad desde varios autores*. Obtenido de La persona vista como intimidad desde varios autores: <https://antoniovillalobos.wordpress.com/2013/09/09/la-persona-vista-como-intimidad-desde-varios-autores/>
- Babor, S. (2007). *El concepto de cultura empresarial*. Obtenido de El concepto de cultura empresarial: [http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/149/El\\_concepto\\_de\\_cultura\\_empresarial.pdf](http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/149/El_concepto_de_cultura_empresarial.pdf)
- Blasco, E. (1994). *Elías Furió Blasco - Dialnet*. Obtenido de Elías Furió Blasco - Dialnet: <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf456.pdf>
- Camacho, R. (2008). *Que es un proceso*. Obtenido de Que es un proceso.
- Cardenas, G. (2010). *Economía turística - SlideShare*. Recuperado el 2017, de Economía turística - SlideShare: <https://www.slideshare.net/GLENYANEL/economia-turistica>
- Carlos Puig . (2002). *Ventaja competitiva*. Obtenido de Ventaja competitiva: <http://www.branderstand.com/ventaja-competitiva/>
- Castillo, P. (2011). *[PDF]política económica: crecimiento económico, desarrollo económico* . Recuperado el 2017, de [PDF]política económica: crecimiento económico, desarrollo económico ..: <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

- Consultora Bureau Veritas. (2017). *Certificacion*. Obtenido de Certificacion: <http://www.bureauveritas.es/home/about-us/our-business/our-business-certification/area-of-activity/certification-of-product-and-market-ce>
- Consultoria Empresarial Lopez Navarro. (2016). *Todo acerca del desarrollo empresarial - Corporativo López Navarro*. Recuperado el 2017, de Todo acerca del desarrollo empresarial - Corporativo López Navarro: <http://clnconsultoria.com/todo-acerca-del-desarrollo-empresarial/>
- Consultoria estrategica y de negocio. (2015). *Servicios - Consultoría estratégica y de negocio. Covicove*. Recuperado el 2017, de Servicios - Consultoría estratégica y de negocio. Covicove: <http://www.covicove.com/servicios/>
- Cortes Enrique, Moliner Jose, Guillo Juan y Molina Jose. (2006). [PDF]*La relación entre la gestión de la calidad y el rendimiento empresaria*. Obtenido de [PDF]La relación entre la gestión de la calidad y el rendimiento empresaria: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27958/1/2006\\_PapersTurisme.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27958/1/2006_PapersTurisme.pdf)
- Cotrina, T. (2015). *El turismo como actividad, definición, la industria turística by ... - Prezi*. Recuperado el 2017, de El turismo como actividad, definición, la industria turística by ... - Prezi: <https://prezi.com/gbvpprt9xrwe/el-turismo-como-actividad-definicion-la-industria-turistica/>
- Crosby, P. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 2017, de La calidad como filosofía de gestión: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp106/>
- Crosby, Philip. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 2017, de La calidad como filosofía de gestión: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp106/>
- Empresa Publica Metropolitana de Gestion de Destino Turistico. (2014). <http://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>.
- Feigenbaum, A. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 2017, de La calidad como filosofía de gestión: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp91/>
- Fernandez, L. (2012). [PDF]*las certificaciones de calidad en las empresas turísticas*. Obtenido de [PDF]las certificaciones de calidad en las empresas turísticas: [http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/13438/2/TD\\_lauracasofernandez-pacheco.pdf](http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/13438/2/TD_lauracasofernandez-pacheco.pdf)

- GAD MUNICIPAL RIOBAMBA. (2016). <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/boletines-de-prensa/862-establecimientos-turisticos-de-riobamba-seran-reconocidos-con-el-distintivo-q-calidad-turistica>. Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/boletines-de-prensa/862-establecimientos-turisticos-de-riobamba-seran-reconocidos-con-el-distintivo-q-calidad-turistica>.
- Gestiopolis. (2017). *¿Qué son las certificaciones de calidad?* - GestioPolis. Obtenido de ¿Qué son las certificaciones de calidad? - GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/que-son-las-certificaciones-de-calidad/>
- Gestiopolis. (2017). *Economía turística* - GestioPolis. Recuperado el 2017, de Economía turística - GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/economia-turistica/>
- Gestiopolis. (Julio de 2017). *Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa ...* Obtenido de Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa ...: <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>
- Gestiopolis. (2017). *Normas de Calidad*. Recuperado el 2017, de Normas de Calidad: <https://www.gestiopolis.com/normas-de-calidad/>
- Gestiopolis. (2017). *Normas de calidad* - GestioPolis. Recuperado el 2017, de Normas de calidad - GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/normas-de-calidad/>
- Gibbs, A. (2009). *Modelo de Alan Gibb*. Obtenido de Modelo de Alan Gibb: <https://empresario.wikispaces.com/Modelo+de+Alan+Gibb>
- Gines de Rus & Carmelo Leon. (2007). *ECONOMÍA DEL TURISMO*. Obtenido de ECONOMÍA DEL TURISMO.: [http://www.revecap.com/revista/numeros/15/pdf/derus\\_leon.pdf](http://www.revecap.com/revista/numeros/15/pdf/derus_leon.pdf)
- <http://www.smartvoyager.org/>. (2011). Obtenido de <http://www.smartvoyager.org/>.
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Normas\\_ISO\\_9000](https://es.wikipedia.org/wiki/Normas_ISO_9000). (2017). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Normas\\_ISO\\_9000](https://es.wikipedia.org/wiki/Normas_ISO_9000).
- <https://www.isotools.org/normas/>. (2017). Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/>.
- IFODES. (MARZO de 2015). [PDF]Manual de Calidad en la Norma ISO 9001:2008 del - IFODES. Obtenido de [PDF]Manual de Calidad en la Norma ISO 9001:2008 del - IFODES: [http://www.ifodes.edu.mx/sgc/files/docs/Manual\\_de\\_Calidad\\_2015.pdf](http://www.ifodes.edu.mx/sgc/files/docs/Manual_de_Calidad_2015.pdf)

- Instituto para calidad turistica española. (2009). *¿Qué es la "Q" de Calidad Turística?* Obtenido de *¿Qué es la "Q" de Calidad Turística?*: [http://www.calidadturistica.es/motor.php?id\\_pagina=menu/que\\_es](http://www.calidadturistica.es/motor.php?id_pagina=menu/que_es)
- ISO. (2013). *¿Qué es una Norma Según ISO 9000?* Obtenido de *¿Qué es una Norma Según ISO 9000?*: <http://iso9001calidad.com/quee-es-una-norma-7.html>
- ISO TOOLS. (30 de julio de 2015). *¿Qué norma ISO adoptar en mi empresa de turismo? - ISOTools*. Obtenido de *¿Qué norma ISO adoptar en mi empresa de turismo? - ISOTools*: <https://www.isotools.org/2015/07/30/que-norma-iso-adoptar-en-mi-empresa-de-turismo/>
- ISQ turistica. (2017). *isq turistica*. Obtenido de *isq turistica*: <https://www.isq-turistica.com/sectores-tur%C3%ADsticos/>
- Kilksberg. (1996). *Teoría de las Organizaciones: Diferentes definiciones de Organización*. Recuperado el 2017, de *Teoría de las Organizaciones: Diferentes definiciones de Organización*: <http://teoriadelasorganizaciones4eya.blogspot.com/2014/03/diferentes-definiciones-de-organizacion.html>
- Lloyd's Register Quality Assurance. (2017). *ISO 9001 Certificación de la norma de sistema de gestión de la* . Obtenido de *ISO 9001 Certificación de la norma de sistema de gestión de la* .: <http://www.lrqa.es/quienes-somos/>
- Manene, K. M. (2010). *Calidad total su filosofía, evolucion, definicion e implantacion*. Recuperado el 2017, de *Calidad total su filosofía, evolucion, definicion e implantacion*: <http://www.luismiguelmanene.com/2010/12/01/calidad-total-su-filosofia-evolucion-definicion-e-implantacion/>
- Mankiw, G. (2010). *Aplicacion de mercado: DEFINICION DE MERCADO SEGUN VARIOS ...* Recuperado el 2017, de *Aplicacion de mercado: DEFINICION DE MERCADO SEGUN VARIOS ...*: <http://wwwsanchezmercado-verito.blogspot.com/2010/04/definicion-de-mercado-segun-varios.html>
- Mauricio Beuchot. (2005). *El concepto de persona*. Obtenido de *El concepto de persona*: [https://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras41/notas1/sec\\_1.html](https://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras41/notas1/sec_1.html)
- Medina, Hernandez & Morini. (2016). *[PDF]q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español*. Obtenido de *[PDF]q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español*: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/256211>

- Ministerio de Turismo. (2002). [PDF] *ley de turismo - Ministerio de Turismo*. Obtenido de [PDF] *ley de turismo - Ministerio de Turismo*: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (19 de Agosto de 2015). *Sistema Nacional de Calidad Turística busca brindar servicios de ...*. Obtenido de Sistema Nacional de Calidad Turística busca brindar servicios de ...: <http://www.turismo.gob.ec/sistema-nacional-de-calidad-turistica-busca-brindar-servicios-de-excelencia/>
- Ministerio de Turismo. (18 de julio de 2016). *Empresas turísticas de Ecuador tendrán sello de Certificación ..*. Obtenido de Empresas turísticas de Ecuador tendrán sello de Certificación ...: <http://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>
- Ministerio de Turismo. (2016). <http://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>.
- Montilla&Montero. (2011). [PDF] *Desarrollo Empresarial y Emprendedores - Fundación para el ...*. Recuperado el 2017, de [PDF] *Desarrollo Empresarial y Emprendedores - Fundación para el ...*: <http://www.fudepa.org/FudepaWEB/Actividades/FSuperior/DesarrolloEmp.pdf>
- Moragues, D. (2006). [PDF] *Turismo, cultura y desarrollo*. Obtenido de [PDF] *Turismo, cultura y desarrollo*: <file:///C:/Users/Win7User/Downloads/turismo-cultura-y-desarrollo--0.pdf>
- Moreno, E. (2007). *El turismo en Ecuador - Icx - Yumpu*. Obtenido de El turismo en Ecuador - Icx - Yumpu: <https://www.yumpu.com/es/document/view/22458993/el-turismo-en-ecuador-icex/2>
- Muñoz&Altamira. (2007). [PDF] *El turismo como motor de crecimiento económico - Dialnet*. Recuperado el 2017, de [PDF] *El turismo como motor de crecimiento económico - Dialnet*: [Dialnet-ElTurismoComoMotorDeCrecimientoEconomico-2267966%20\(2\).pdf](http://www.dialnet.es/Dialnet-ElTurismoComoMotorDeCrecimientoEconomico-2267966%20(2).pdf)
- OEI. (2017). *Sostenibilidad - Organización de Estados Iberoamericanos*. Recuperado el 2017, de *Sostenibilidad - Organización de Estados Iberoamericanos*: <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=000>
- Olivo, D. (2016). *la calidad de los servicios en los establecimientos turisticos de diversion nocturna catastrados por el Gad Municipal y su aporte al desarrollo turistico de la*

*ciudad de Ambato provincia de Tungurahua*. Obtenido de la calidad de los servicios en los establecimientos turísticos de diversión nocturna catastrados por el Gad Municipal y su aporte al desarrollo turístico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua:

[http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/408/browse?type=title&sort\\_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&null=&offset=5246](http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/408/browse?type=title&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&null=&offset=5246)

OMT. (2008). *Entender el turismo glosario basico*. Recuperado el 2017, de Entender el turismo glosario basico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organizacion Internacional de Normalizacion. (2017). *Definición de ISO » Concepto en Definición ABC*. Obtenido de Definición de ISO » Concepto en Definición ABC: <https://www.google.com/search?sclient=psy-ab&client=firefox-b-ab&biw=1366&bih=659&noj=1&q=iso+definicion&oq=iso+definicion>

Patrick sivardiere & Jean Claude Pons. (2002). *Manual de capacitacion*. Obtenido de Manual de capacitacion: <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/005/ad094s/ad094s00.pdf>

Philip Kloter. (2001). *Procesos*. Obtenido de Procesos: [https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia\\_proceso.htm](https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_proceso.htm)

Portugal, M. d. (2008). *Introduccion al turismo*. Obtenido de Introduccion al turismo: <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/902.pdf>

Quito turismo. (2014). *Calidad Turística - Quito Turismo*. Recuperado el 2017, de Calidad Turística - Quito Turismo: <http://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>

Red Autonomos. (2017). *La Q de calidad, qué es y cómo conseguirla - Redautonomos*. Recuperado el 2017, de La Q de calidad, qué es y cómo conseguirla - Redautonomos: <http://redautonomos.es/hosteleria/q-de-calidad>

ruth urgiles. (mayo de 2010). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>.

Sans, M. d. (1998). Las normas ISO. *Revista bibliografica de geografia y ciencias sociales*, 129.

Santana, M. (2005). *[PDF] Turismo, empleo y desarrollo*. Obtenido de *[PDF] Turismo, empleo y desarrollo*: <http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/52751/60701>

- Sernatur. (2011). *El Sello de Calidad - Sello de Calidad Turística de Sernatur - Sello Q*. Recuperado el 2017, de El Sello de Calidad - Sello de Calidad Turística de Sernatur - Sello Q: <http://www.calidadturistica.cl/el-sello-de-calidad/>
- Sg Iso. (2012). *Q – Sello de Calidad Turística - sgiso chile*. Recuperado el 2017, de Q – Sello de Calidad Turística - sgiso chile: <http://sgisochile.com/product/q-sello-calidad-turistica>
- Sistemas de calidad aplicados en los procesos departamentales en un hotel 4 estrellas en Ecuador*. (2010). Cuenca.
- Smart Voyager. (2011). *Distintivo de Calidad Turística en Ecuador - Programa Smart Voyager*. Obtenido de Distintivo de Calidad Turística en Ecuador - Programa Smart Voyager: [http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14%3Adistintivo-de-calidad-turistica-en-ecuador&catid=47%3Ainicio&Itemid=152&lang=en](http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com_content&view=article&id=14%3Adistintivo-de-calidad-turistica-en-ecuador&catid=47%3Ainicio&Itemid=152&lang=en)
- Tari & Pereira. (21 de mayo de 2012). [PDF]*Redalyc.Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las ...*. Obtenido de [PDF]*Redalyc.Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las ...*: <http://www.redalyc.org/pdf/433/43323196003.pdf>
- UNID. (2015). *Producto: concepto, atributo*. Obtenido de Producto: concepto, atributo: [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdI/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdI/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf)
- Urgiles , R. (s.f.). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>.
- Urgiles. (2010). *sistemas de calidad aplicados a los procesos departamentales de un hotel 4 estrellas en Ecuador*. Recuperado el 2017, de sistemas de calidad aplicados a los procesos departamentales de un hotel 4 estrellas en Ecuador: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>
- Varela, R. (2011). *Desarrollo*. Obtenido de Desarrollo,: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/36655/1/resenas01.pdf>
- Ventura, D. (2011). [PDF]*El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente - Red LATN*. Obtenido de [PDF]*El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente - Red LATN*: [http://latn.org/wp-content/uploads/2014/09/WP\\_138\\_FLA\\_SCCI\\_Ventura.pdf](http://latn.org/wp-content/uploads/2014/09/WP_138_FLA_SCCI_Ventura.pdf)

# ANEXOS



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION**



**ENCUESTA DIRIGIDA A ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS**

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como objetivo determinar la importancia de la calidad en los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba

**INFORMACION GENERAL:**

Lugar y fecha de la encuesta \_\_\_\_\_

Tipo de establecimiento turístico:

Restaurante  Hotel

**Nombre de la empresa:** \_\_\_\_\_

**Cargo que desempeña el/la encuestada/o**

Gerente/ propietario

Administrador/a

Jefe de unidad o departamento

Otro  Indique\_\_\_\_\_

**1. Cuenta con un manual organizacional en el que conste: misión, visión, objetivos y políticas que son de conocimiento personal**

C  NC  NA

**2. Se ha desarrollado un programa de capacitación dirigido al personal para fortalecer sus competencias laborales**

C  NC  NA

3. El personal de preparación de alimentos no utiliza pulseras, relojes, anillos, aretes y otros accesorios que puedan entrar en contacto con los alimentos

C  NC  NA

4. Cuenta con accesibilidad para personas con capacidades diferentes: física, visual, auditiva e intelectual. Por ejemplo: rampas, sillas de transferencia, apoyo de señalética braille, dispositivos de iluminación, personal capacitado para brindar las facilidades para una estadía cómoda

C  NC  NA

5. Provee información fidedigna y clara sobre sus servicios en su material promocional evitando la publicidad engañosa.

C  NC  NA

6. Dentro de sus políticas organizacionales se prioriza la contratación de proveedores locales

C  NC  NA

7. El área de servicios higiénicos se encuentran identificados, de manera que facilite su ubicación al cliente

C  NC  NA

8. Todo servicio higiénico tanto del servicio  al cliente como del personal debe contar: basurero con tapa, dispensador de jabón, sistema de secado de manos (secador automático o dispensador de toallas de mano), dispensador de papel higiénico.

C  NC  NA

9. Las áreas de ingreso de clientes se encuentran: libres de obstáculos y limpias( sin olores, sin polvo y ordenados)

C  NC  NA

10. Posee servicios higiénicos exclusivos para uso del personal

C  NC  NA

## RESTAURANTES CON CERTIFICACION Q

### EL REY DEL BURRITO



## RESTAURANTE BONNY 2



## RESTAURANTES SIN CERTIFICACION Q

### PIZZERIA DONATELLO



## RESTAURANTE EL DELIRIO



# **LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL**

## **THE CERTIFICATION OF QUALITY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Delia Yolanda Jiménez Muñoz

Noemy Hortencia Gaviño Ortiz

Universidad Técnica de Ambato, Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador

[djimenez1751@uta.edu.ec](mailto:djimenez1751@uta.edu.ec)

[noemyhgavino@uta.edu.ec](mailto:noemyhgavino@uta.edu.ec)

### **RESUMEN**

El presente artículo analiza la adaptación de los sistemas de calidad en los establecimientos turísticos y la manera en la que aporta significativamente a las empresas como son beneficios internos como externos, sin importar el tamaño de la empresa, los análisis muestran que la certificación de calidad Q tiene efectos positivos en los resultados provocando un desarrollo empresarial, basándose en los principios y aplicaciones de las normas ISO y la aparición de nuevas normas de calidad enfocadas en los establecimientos turísticos.

### **Abstract**

This article discusses the adaptation of tourist accommodation quality schemes and the way in which significantly contributes to companies such as internal benefits and external, regardless of the size of the company, analyses show that the certification of quality Q it has positive effects on outcomes leading to a business development, based on the principles and applications of ISO standards and the emergence of new quality standards focused on tourist accommodation.

### **Palabras clave**

**ISO , Certificaciones de calidad ,Certificación Q ,Sistema de calidad**

### **INTRODUCCION**

El turismo es un aspecto importante en lo que se refiere a la economía del país viendo la evolución y demanda que existe por parte de los turistas para hacer su estancia cada vez más placentera y la implementación de certificaciones de calidad en establecimientos turísticos se realiza el estudio basándose en las normas de calidad ISO (Organización Internacional de Normalización, 2017) las cuales fueron creadas en 1947 y se convirtió en

un organismo enfocado a iniciar el desarrollo de regulaciones internacionales y normas, garantizando así calidad y seguridad en los productos.

Por ende la investigación ira proyectada a constatar los beneficios y aplicaciones de las diferentes normas ISO en el ámbito turístico, considerándolas como un punto estratégico e importante para la adaptación y aplicación de las diferentes certificaciones de calidad las mismas que mediante un proceso en el que auditores aptos y calificados de una entidad de certificación acreditado y el cual garantiza que un producto o servicio se ajusta a las características de las normas.

Como señala (Tari & Pereira, 2012) para algunos clientes el mirar una certificación ISO en un establecimiento turístico no puede ser garantía de calidad específico sino que el servicio se ajusta a lo ofrecido y a los requisitos del lugar, mientras que la certificación Q está encaminada a brindar aquel servicio que el cliente espera basado en normas específica del sector. Existe desventajas en la aplicación de la norma ISO 9001 en las empresas españolas sean estas medias o pequeñas empresas debido a los costes de la misma, pero debido al interés del sector turístico español por buscar formas de mejorar la calidad, tipo de servicio y establecimiento para ajustarse a los requisitos de las existentes como la antes mencionada, la cual persigue estándares de calidad enfocadas al sector turístico y hotelero netamente basa en la norma de calidad Q en España.

Cabe aclarar que todas estas normativas en el Ecuador están siendo adoptadas recientemente debido a que el sector turístico tanto público como privado tiene iniciativas relacionadas a la mejora de los servicios turísticos, debido a que el turismo es uno de los principales motores de la economía del país, es por eso que el Ministerio de Turismo ha buscado al implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística (SNCT) con miras a promover un servicio de calidad y así conseguir que se posición e en potencia turística a nivel nacional e internacional. Uno de los principales proyectos que se enmarca es el Diseño de sistema de gestión de calidad para empresas del sector turístico ecuatoriano e implementación en destinos turísticos priorizados, en el cual se establecerán modelos de normas y técnicas para sistemas de gestión, esquemas de certificación y reconocimientos basados en requisitos, estándares de servicio y gestión, cuyas normas deberán ser cumplidas en establecimientos que deseen obtener una certificación Q de calidad. (Ministerio de Turismo, 2015)

Como punto de referencia se tiene que la norma Smart Voyager Express fue creada por la Fundación Conservación & Desarrollo (C&D), posee como objetivo brindar asistencia técnica a propietarios y colaboradores de operaciones turísticas los cuales buscaban la implementación de buenas prácticas en turismo sostenible. Este programa compatibilizo las leyes y normativas ecuatorianas junto con los avances científicos actualizados y puso en camino las normas sostenibles en el Ecuador.

En el 2011, esta norma sirvió de plan piloto para la ejecución del Distintivo Q en la ciudad de Quito, donde dio inicio todo el desarrollo de este distintivo para luego ser adoptado y aplicado por otras ciudades y provincias del Ecuador. (Smart Voyager, 2011)

Como menciona (Moragues, 2006) Sin ninguna duda, el punto crucial donde la sostenibilidad y la interacción entre turismo, cultura y desarrollo es en el momento de la

planificación turística. Es que no existe la posibilidad de un desarrollo sostenible sin planificación rigurosa y sensata. Lamentablemente, la mayoría de la planificación turística que se lleva a cabo en la actualidad no da un resultado completo sostenible del territorio, cualquier propósito de desarrollo turístico deba llevar el protocolo de la sostenibilidad.

Para (Cortes Enrique, Moliner Jose, Guillo Juan y Molina Jose, 2006) la gestión de calidad posee efectos positivos en el rendimiento de la organización, por ende el modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad evidencia que existe relación entre los factores de gestión de la calidad y los resultados de una empresa. A partir de estas ideas los objetivos de este estudio son dos: Como primer lugar identificar de manera descriptiva la evolución y aplicación de las normas y certificaciones adoptadas y aplicadas en los establecimientos turísticos. En segundo lugar examinar la posible relación entre la aplicación de las certificaciones de calidad y el desarrollo empresarial.

## **Metodología**

Para la investigación presente se aplicó una encuesta estructurada, la población objeto de estudio está formada por 2 establecimientos que cuentan con la certificación de calidad en la ciudad de Riobamba y 2 que no poseen certificación de calidad por lo que se logró así una comparación, se ha seleccionado a estos establecimientos por ser los sujetos idóneos de estudio con características y posibilidades de estudio, se elaboró un cuestionario estructurado, el mismo que fue elaborado a partir de la literatura previa acerca de las ventajas y beneficios que poseen los establecimientos con certificación de calidad Q, por otra parte la técnica de la bibliografía documental fue también utilizada la cual permitió ampliar teorías descritas dentro del desarrollo de la investigación. Las variables utilizadas para alcanzar los objetivos de estudio fueron: Certificaciones de calidad y el desarrollo empresarial.

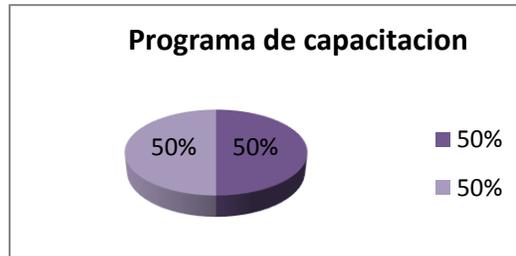
## **Resultados**

### **Comparación entre establecimientos con certificación y establecimientos sin certificación**

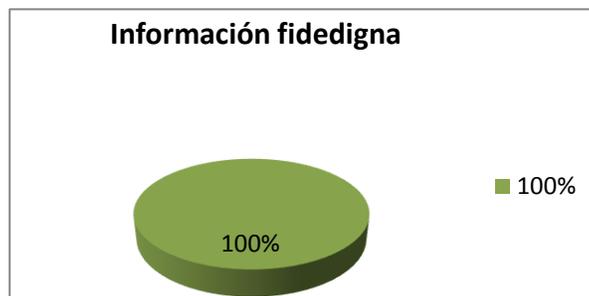
**Figura 1:** Para realizar este estudio de relación se basó en los establecimientos con certificación Q y aquellos que no la poseen. Los establecimientos que se han certificado el 100% manifiestan que ha sido un punto estratégico obtener la certificación por esta razón sus colaboradores se desempeñan de mejor manera a partir de los capacitados recibidas. Al comparar con los establecimientos que no poseen certificación se puede visualizar que ellos consideran que representa demasiado costoso ajustarse a los parámetros que se necesita para obtener una certificación y que capacitar a sus colaboradores es de importancia para el 100%.

## Establecimientos con certificación Q & Establecimientos sin certificación Q

### Desarrollo Empresarial



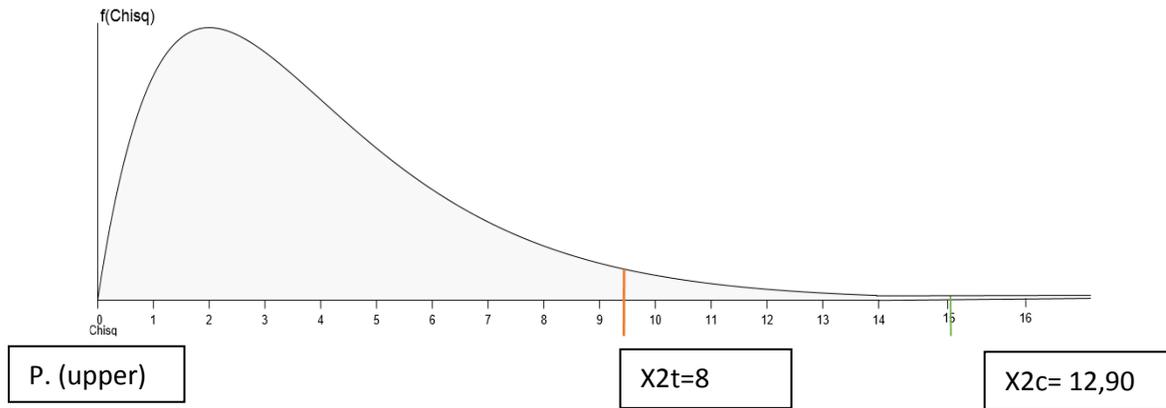
**Figura 2:** Los establecimientos encuestados manifiestan que la información real de sus productos es un aspecto importante debido a que no se engaña al consumidor, si todos los establecimientos obtuvieran algún tipo de certificación se daría un impacto muy bueno en el desarrollo empresarial. Para (Cortes Enrique, Moliner Jose, Guillo Juan y Molina Jose, 2006) el rendimiento empresarial esta enfocado en el sentido financiero ha sido el mas empleado pero a la vez el mas limitado para medir el rendimiento empresarial.



En la investigación se tomaron como muestra a 4 establecimientos 2 que poseen la certificación Q de calidad en la ciudad de Riobamba durante ya algún tiempo y se eligió a otros 2 establecimientos que no poseen la certificación para realizar una comparación entre dichos establecimientos y verificar si existe o no beneficios al poseer una certificación.

Con un grado de libertad 6 un nivel de 0.05 se obtiene en la tabla 12,90 y como el valor del ji cuadrado calculado es 8 se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se evidencia los establecimientos que alcanzaron la certificación de calidad Q si han aportado al desarrollo empresarial en la ciudad de Riobamba.

### Grado de aceptación de hipótesis



**Tabla 1:** Al aplicar un análisis a las encuestas realizadas se pudo hallar que existe un compromiso, cambios y beneficios en la empresas turísticas que posee la certificación de calidad Q los cuales van desde cambios a nivel interno como externo, es decir se logró un fortalecimiento en estrategias y toma de decisiones como capacitación y alianzas corporativas a partir de estos resultado se creó la siguiente tabla que comprueba claramente los beneficios alcanzados en los establecimientos turísticos.

Variables medidas	Porcentaje positivo
En que medida ha mejorado el incremento de visitantes a su establecimiento con certificación Q	91%
Ha sido un punto estrategico obtener la certificación Q	82%
Ha generado mejores alianzas corporativas	82%
Su personal es capacitado cada 3 meses por parte del ministerio de turismo a partir de la obtencion de la certificación	100%
Sus colaboradores se desempeñan de mejor manera a partir de las caacitadones constantes recibidas	100%

### Discusión

A continuación se comprueba que existen diferencias significativas en el rendimiento empresarial como en la gestión de calidad de los establecimientos con certificación de calidad, los cuales las variables alcanzan un punto alto entre el 82% y el 100% mostrando así

las variables medidas tiene relacion positiva entre el compromiso que tiene los establecimientos turisticos con la certificacion de calidad Q y su rendimiento.

En el estudio realizado por (Cortes Enrique, Moliner Jose, Guillo Juan y Molina Jose, 2006) manifiesta que la obtencion de una certificacion de calida Q se da debido a que cada vez existen turistas mas exigentes que no se sentran solo en el precio sino en el producto que lo ofertan con servicio de calidad, por lo que la relacion entre gestion de calidad y el rendimiento empresarial van de la mano, en sus estudios han podido destacar que la gestion de calidad influye positivamente en el rendimiento empresarial.

Por lo que en esta investigacion se apoya la relacion de aspecto positivo entre la certificacion de calida Q y el desarrollo empresarial la cual es evidentemente clara debido a que si no existiera acogida por parte de los establecimientos para certificarse, el desarrollo empresarial no avanzaria a la par lo cual provocaria cierto letargo económico local como territorial. Como se puede evidenciar

### **Conclusiones:**

Las razones procedentes que llevan a que las empresas turísticas que implementen la certificación de calidad Q son las de mejorar la calidad de los servicios prestados.

El progreso de ciertos procedimientos y procesos externos e internos de la empresa al igual que la eficiencia y la mejora del control.

Las empresas ven la necesidad de implementar y certificarse para así lograr mejorar su imagen, aumentar su ventaja competitiva y reducir el número de quejas por parte de turistas.

Las empresas turísticas saben que la Q de calidad les facilita un posicionamiento importante en el mercado haciéndolas más competitivas frente a otras empresas, lo cual les genera cierta ventaja debido a que estas empresas pueden organizar su trabajo fundamentándose en la calidad de los servicios los cual les y les exige a una mejoría continua en todos los procesos desde la atención hasta el servicio que ofrece

La certificación garantiza a las empresas el cumplimiento de las exigencias y expectativas que los clientes poseen y debido a que perciben que la empresa trabaja con eficacia.

La certificación tiene un impacto positivo en el aspecto del desarrollo empresarial debido que las empresas han experimentado un crecimiento económico a partir de la obtención de la certificación.

## Referencias

- Patricio Bonta & Mario Farber. (2001). *Definicion de producto*. Obtenido de Definicion de producto: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Acosta&Delfin. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial | Delfín Pozos ...* Recuperado el 2017, de Importancia y análisis del desarrollo empresarial | Delfín Pozos ...: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810/9526>
- Aenor. (2016). *Qué es una norma? - Aenor*. Recuperado el 2017, de Qué es una norma? - Aenor: [http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/quees\\_norma.asp#.WQYQfTe1vDc](http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/quees_norma.asp#.WQYQfTe1vDc)
- Antonio Esquivas. (2013). *La persona vista como intimidación desde varios autores*. Obtenido de La persona vista como intimidación desde varios autores: <https://antoniovillalobos.wordpress.com/2013/09/09/la-persona-vista-como-intimidacion-desde-varios-autores/>
- Babor, S. (2007). *El concepto de cultura empresarial*. Obtenido de El concepto de cultura empresarial: [http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/149/El\\_concepto\\_de\\_cultura\\_empresarial.pdf](http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/149/El_concepto_de_cultura_empresarial.pdf)
- Blasco, E. (1994). *Elías Furió Blasco - Dialnet*. Obtenido de Elías Furió Blasco - Dialnet: <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf456.pdf>
- Camacho, R. (2008). *Que es un proceso*. Obtenido de Que es un proceso.
- Cardenas, G. (2010). *Economía turística - SlideShare*. Recuperado el 2017, de Economía turística - SlideShare: <https://www.slideshare.net/GLENYANEL/economia-turistica>
- Carlos Puig . (2002). *Ventaja competitiva*. Obtenido de Ventaja competitiva: <http://www.branderstand.com/ventaja-competitiva/>
- Castillo, P. (2011). *[PDF]política económica: crecimiento económico, desarrollo económico* . Recuperado el 2017, de [PDF]política económica: crecimiento económico, desarrollo económico ...: <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

- Consultora Bureau Veritas. (2017). *Certificación*. Obtenido de Certificación: <http://www.bureauveritas.es/home/about-us/our-business/our-business-certification/area-of-activity/certification-of-product-and-market-ce>
- Consultoria Empresarial Lopez Navarro. (2016). *Todo acerca del desarrollo empresarial - Corporativo López Navarro*. Recuperado el 2017, de Todo acerca del desarrollo empresarial - Corporativo López Navarro: <http://clnconsultoria.com/todo-acerca-del-desarrollo-empresarial/>
- Consultoria estrategica y de negocio. (2015). *Servicios - Consultoría estratégica y de negocio. Covicove*. Recuperado el 2017, de Servicios - Consultoría estratégica y de negocio. Covicove: <http://www.covicove.com/servicios/>
- Cortes Enrique, Moliner Jose, Guillo Juan y Molina Jose. (2006). [PDF]*La relación entre la gestión de la calidad y el rendimiento empresaria*. Obtenido de [PDF]La relación entre la gestión de la calidad y el rendimiento empresaria: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27958/1/2006\\_PapersTurisme.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27958/1/2006_PapersTurisme.pdf)
- Cotrina, T. (2015). *El turismo como actividad, definición, la industria turística by ... - Prezi*. Recuperado el 2017, de El turismo como actividad, definición, la industria turística by ... - Prezi: <https://prezi.com/gbvpprt9xrwe/el-turismo-como-actividad-definicion-la-industria-turistica/>
- Crosby, P. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 2017, de La calidad como filosofía de gestión: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp106/>
- Crosby, Philip. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 2017, de La calidad como filosofía de gestión: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp106/>
- Empresa Publica Metropolitana de Gestion de Destino Turistico. (2014). <http://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>.
- Feigenbaum, A. (2009). *La calidad como filosofía de gestión*. Recuperado el 2017, de La calidad como filosofía de gestión: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp91/>
- Fernandez, L. (2012). [PDF]*las certificaciones de calidad en las empresas turísticas*. Obtenido de [PDF]las certificaciones de calidad en las empresas turísticas: [http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/13438/2/TD\\_lauracasofernandez-pacheco.pdf](http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/13438/2/TD_lauracasofernandez-pacheco.pdf)

- GAD MUNICIPAL RIOBAMBA. (2016). <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/boletines-de-prensa/862-establecimientos-turisticos-de-riobamba-seran-reconocidos-con-el-distintivo-q-calidad-turistica>. Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/boletines-de-prensa/862-establecimientos-turisticos-de-riobamba-seran-reconocidos-con-el-distintivo-q-calidad-turistica>.
- Gestiopolis. (2017). *¿Qué son las certificaciones de calidad?* - GestioPolis. Obtenido de ¿Qué son las certificaciones de calidad? - GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/que-son-las-certificaciones-de-calidad/>
- Gestiopolis. (2017). *Economía turística* - GestioPolis. Recuperado el 2017, de Economía turística - GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/economia-turistica/>
- Gestiopolis. (Julio de 2017). *Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa ...* Obtenido de Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e Ishikawa ...: <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>
- Gestiopolis. (2017). *Normas de Calidad*. Recuperado el 2017, de Normas de Calidad: <https://www.gestiopolis.com/normas-de-calidad/>
- Gestiopolis. (2017). *Normas de calidad* - GestioPolis. Recuperado el 2017, de Normas de calidad - GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com/normas-de-calidad/>
- Gibbs, A. (2009). *Modelo de Alan Gibb*. Obtenido de Modelo de Alan Gibb: <https://empresario.wikispaces.com/Modelo+de+Alan+Gibb>
- Gines de Rus & Carmelo Leon. (2007). *ECONOMÍA DEL TURISMO*. Obtenido de ECONOMÍA DEL TURISMO.: [http://www.revecap.com/revista/numeros/15/pdf/derus\\_leon.pdf](http://www.revecap.com/revista/numeros/15/pdf/derus_leon.pdf)
- <http://www.smartvoyager.org/>. (2011). Obtenido de <http://www.smartvoyager.org/>.
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Normas\\_ISO\\_9000](https://es.wikipedia.org/wiki/Normas_ISO_9000). (2017). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Normas\\_ISO\\_9000](https://es.wikipedia.org/wiki/Normas_ISO_9000).
- <https://www.isotools.org/normas/>. (2017). Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/>.
- IFODES. (MARZO de 2015). *[PDF]Manual de Calidad en la Norma ISO 9001:2008 del - IFODES*. Obtenido de *[PDF]Manual de Calidad en la Norma ISO 9001:2008 del - IFODES*: [http://www.ifodes.edu.mx/sgc/files/docs/Manual\\_de\\_Calidad\\_2015.pdf](http://www.ifodes.edu.mx/sgc/files/docs/Manual_de_Calidad_2015.pdf)

- Instituto para calidad turística española. (2009). *¿Qué es la "Q" de Calidad Turística?* Obtenido de *¿Qué es la "Q" de Calidad Turística?*: [http://www.calidadturistica.es/motor.php?id\\_pagina=menu/que\\_es](http://www.calidadturistica.es/motor.php?id_pagina=menu/que_es)
- ISO. (2013). *¿Qué es una Norma Según ISO 9000?* Obtenido de *¿Qué es una Norma Según ISO 9000?*: <http://iso9001calidad.com/quee-es-una-norma-7.html>
- ISO TOOLS. (30 de julio de 2015). *¿Qué norma ISO adoptar en mi empresa de turismo? - ISOTools*. Obtenido de *¿Qué norma ISO adoptar en mi empresa de turismo? - ISOTools*: <https://www.isotools.org/2015/07/30/que-norma-iso-adoptar-en-mi-empresa-de-turismo/>
- ISQ turística. (2017). *isq turística*. Obtenido de *isq turística*: <https://www.isq-turistica.com/sectores-tur%C3%ADsticos/>
- Kilksberg. (1996). *Teoría de las Organizaciones: Diferentes definiciones de Organización*. Recuperado el 2017, de *Teoría de las Organizaciones: Diferentes definiciones de Organización*: <http://teoriadelasorganizaciones4eya.blogspot.com/2014/03/diferentes-definiciones-de-organizacion.html>
- Lloyd's Register Quality Assurance. (2017). *ISO 9001 Certificación de la norma de sistema de gestión de la*. Obtenido de *ISO 9001 Certificación de la norma de sistema de gestión de la* .: <http://www.lrqqa.es/quienes-somos/>
- Manene, K. M. (2010). *Calidad total su filosofía, evolución, definición e implantación*. Recuperado el 2017, de *Calidad total su filosofía, evolución, definición e implantación*: <http://www.luismiguelmanene.com/2010/12/01/calidad-total-su-filosofia-evolucion-definicion-e-implantacion/>
- Mankiw, G. (2010). *Aplicación de mercado: DEFINICIÓN DE MERCADO SEGUN VARIOS ...* Recuperado el 2017, de *Aplicación de mercado: DEFINICIÓN DE MERCADO SEGUN VARIOS ...*: <http://www.sanchezmercado-verito.blogspot.com/2010/04/definicion-de-mercado-segun-varios.html>
- Mauricio Beuchot. (2005). *El concepto de persona*. Obtenido de *El concepto de persona*: [https://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras41/notas1/sec\\_1.html](https://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras41/notas1/sec_1.html)
- Medina, Hernández & Morini. (2016). *[PDF]q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español*. Obtenido de *[PDF]q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español*: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/256211>
- Ministerio de Turismo. (2002). *[PDF]ley de turismo - Ministerio de Turismo*. Obtenido de *[PDF]ley de turismo - Ministerio de Turismo*: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

- Ministerio de Turismo. (19 de Agosto de 2015). *Sistema Nacional de Calidad Turística busca brindar servicios de ...*. Obtenido de Sistema Nacional de Calidad Turística busca brindar servicios de ...: <http://www.turismo.gob.ec/sistema-nacional-de-calidad-turistica-busca-brindar-servicios-de-excelencia/>
- Ministerio de Turismo. (18 de julio de 2016). *Empresas turísticas de Ecuador tendrán sello de Certificación ..*. Obtenido de Empresas turísticas de Ecuador tendrán sello de Certificación ...: <http://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>
- Ministerio de Turismo. (2016). <http://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>.
- Montilla&Montero. (2011). [PDF]*Desarrollo Empresarial y Emprendedores - Fundación para el ...*. Recuperado el 2017, de [PDF]*Desarrollo Empresarial y Emprendedores - Fundación para el ...*: <http://www.fudepa.org/FudepaWEB/Actividades/FSuperior/DesarrolloEmp.pdf>
- Moragues, D. (2006). [PDF] *Turismo, cultura y desarrollo*. Obtenido de [PDF] *Turismo, cultura y desarrollo*: <file:///C:/Users/Win7User/Downloads/turismo-cultura-y-desarrollo--0.pdf>
- Moreno, E. (2007). *El turismo en Ecuador - Icxex - Yumpu*. Obtenido de *El turismo en Ecuador - Icxex - Yumpu*: <https://www.yumpu.com/es/document/view/22458993/el-turismo-en-ecuador-icex/2>
- Muñoz&Altamira. (2007). [PDF]*El turismo como motor de crecimiento económico - Dialnet*. Recuperado el 2017, de [PDF]*El turismo como motor de crecimiento económico - Dialnet*: [Dialnet-EITurismoComoMotorDeCrecimientoEconomico-2267966%20\(2\).pdf](http://www.dialnet.es/Dialnet/EITurismoComoMotorDeCrecimientoEconomico-2267966%20(2).pdf)
- OEI. (2017). *Sostenibilidad - Organización de Estados Iberoamericanos*. Recuperado el 2017, de *Sostenibilidad - Organización de Estados Iberoamericanos*: <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=000>
- Olivo, D. (2016). *la calidad de los servicios en los establecimientos turisticos de diversion nocturna catastrados por el Gad Municipal y su aporte al desarrollo turistico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua*. Obtenido de *la calidad de los servicios en los establecimientos turisticos de diversion nocturna catastrados por el Gad Municipal y su aporte al desarrollo turistico de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua*: [http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/408/browse?type=title&sort\\_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&null=&offset=5246](http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/408/browse?type=title&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&null=&offset=5246)

- OMT. (2008). *Entender el turismo glosario basico*. Recuperado el 2017, de Entender el turismo glosario basico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organizacion Internacional de Normalizacion. (2017). *Definición de ISO » Concepto en Definición ABC*. Obtenido de Definición de ISO » Concepto en Definición ABC: <https://www.google.com/search?sclient=psy-ab&client=firefox-b-ab&biw=1366&bih=659&noj=1&q=iso+definicion&oq=iso+definicion>
- Patrick sivardiere & Jean Claude Pons. (2002). *Manual de capacitacion*. Obtenido de Manual de capacitacion: <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/005/ad094s/ad094s00.pdf>
- Philip Kloter. (2001). *Procesos*. Obtenido de Procesos: [https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia\\_proceso.htm](https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_proceso.htm)
- Portugal, M. d. (2008). *Introduccion al turismo*. Obtenido de Introduccion al turismo: <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/902.pdf>
- Quito turismo. (2014). *Calidad Turística - Quito Turismo*. Recuperado el 2017, de Calidad Turística - Quito Turismo: <http://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>
- Red Autonomos. (2017). *La Q de calidad, qué es y cómo conseguirla - Redautonomos*. Recuperado el 2017, de La Q de calidad, qué es y cómo conseguirla - Redautonomos: <http://redautonomos.es/hosteleria/q-de-calidad>
- ruth urgiles. (mayo de 2010). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>.
- Sans, M. d. (1998). Las normas ISO. *Revista bibliografica de geografia y ciencias sociales*, 129.
- Santana, M. (2005). *[PDF] Turismo, empleo y desarrollo*. Obtenido de *[PDF] Turismo, empleo y desarrollo*: <http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/52751/60701>
- Sernatur. (2011). *El Sello de Calidad - Sello de Calidad Turística de Sernatur - Sello Q*. Recuperado el 2017, de El Sello de Calidad - Sello de Calidad Turística de Sernatur - Sello Q: <http://www.calidadturistica.cl/el-sello-de-calidad/>
- Sg Iso. (2012). *Q – Sello de Calidad Turística - sgiso chile*. Recuperado el 2017, de Q – Sello de Calidad Turística - sgiso chile: <http://sgisochile.com/product/q-sello-calidad-turistica>

*Sistemas de calidad aplicados en los procesos departamentales en un hotel 4 estrellas en Ecuador.* (2010). Cuenca.

Smart Voyager. (2011). *Distintivo de Calidad Turística en Ecuador - Programa Smart Voyager*. Obtenido de Distintivo de Calidad Turística en Ecuador - Programa Smart Voyager:  
[http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14%3Adistintivo-de-calidad-turistica-en-ecuador&catid=47%3Ainicio&Itemid=152&lang=en](http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com_content&view=article&id=14%3Adistintivo-de-calidad-turistica-en-ecuador&catid=47%3Ainicio&Itemid=152&lang=en)

Tari & Pereira. (21 de mayo de 2012). [PDF]*Redalyc.Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las ...* Obtenido de [PDF]*Redalyc.Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las ...*: <http://www.redalyc.org/pdf/433/43323196003.pdf>

UNID. (2015). *Producto: concepto, atributo*. Obtenido de Producto: concepto, atributo:  
[http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/ADl/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADl/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf)

Urgiles , R. (s.f.). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>.

Urgiles. (2010). *sistemas de calidad aplicados a los procesos departamentales de un hotel 4 estrellas en Ecuador*. Recuperado el 2017, de sistemas de calidad aplicados a los procesos departamentales de un hotel 4 estrellas en Ecuador:  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1628/1/tur12.pdf>

Varela, R. (2011). *Desarrollo,*. Obtenido de Desarrollo,:  
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/36655/1/resenas01.pdf>

Ventura, D. (2011). [PDF]*El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente - Red LATN*. Obtenido de [PDF]*El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente - Red LATN*:  
[http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP\\_138\\_FLA\\_SCCI\\_Ventura.pdf](http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP_138_FLA_SCCI_Ventura.pdf)