



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO DE LA DEMORA DE RECEPCIÓN DE
PAQUETES TURISTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

ARIAS SAREZ EDUARDO ADRIAN
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO DE LA DEMORA DE RECEPCIÓN
DE PAQUETES TURÍSTICOS NACIONALES E
INTERNACIONALES.

ARIAS SAREZ EDUARDO ADRIAN
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

EXAMEN COMPLEXIVO

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO DE LA DEMORA DE RECEPCIÓN DE PAQUETES
TURISTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

ARIAS SAREZ EDUARDO ADRIAN
INGENIERO EN MARKETING

VILLAVICENCIO RODAS MARIA FERNANDA

MACHALA, 11 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
11 de diciembre de 2020

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO DE LA DEMORA DE RECEPCIÓN DE PAQUETES TURISTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

por Eduardo Adrián Arias Sarez

Fecha de entrega: 17-nov-2020 04:01p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1449311221

Nombre del archivo: COMPLEXIVO-EDUARDO_ARIAS_SAREZ_2.docx (293.1K)

Total de palabras: 4512

Total de caracteres: 25407

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ARIAS SAREZ EDUARDO ADRIAN, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado DIAGRAMA CAUSA-EFECTO DE LA DEMORA DE RECEPCIÓN DE PAQUETES TURISTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

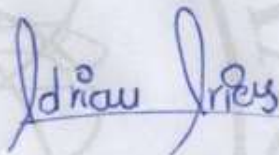
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 11 de diciembre de 2020



ARIAS SAREZ EDUARDO ADRIAN
0705211480

Resumen

El diagrama causa – efecto es un método que sirve para crear y clasificar ideas sobre las causas de un problema mediante una representación gráfica. El objetivo general de esta presente investigación es identificar los motivos de demora en la recepción de los paquetes turísticos mediante el diagrama causa-efecto con el fin de visualizar los problemas comunes que surgen en las empresas de turismo nacionales e internacionales. La metodología que se implementó es cualitativa basada en fuentes de datos secundarios mediante revisión bibliográfica documental, de esta forma se complementará el estudio con una entrevista a los gerentes de agencias de viajes “Avial Tours” y “Castro American Tour”. Los resultados permitieron detectar las causas más comunes que suceden en las agencias de viajes respecto a los paquetes turísticos, interviniendo aspectos como el personal, información, método, sistema y capacidad de servicio y con ello realizar un plan de mejora al fin de otorgar un valor agregado al servicio

Palabras Claves: Gestión de calidad, paquetes turísticos, diagrama causa y efecto, nacional e internacional.

Abstract

The cause – effect diagram is a method used to create and classify ideas about the causes of a problem through a graphic representation. The general objective of this present investigation is to identify the reasons for delay in the reception of tourist packages through the cause-effect diagram in order to visualize the common problems that arise in national and international tourism companies. The methodology that was implemented is qualitative based on secondary data sources by means of a documentary bibliographic review, in this way the study will be complemented with an interview with the managers of the travel agencies “Avial Tours” and “Castro American Tour”. The results made it possible to detect the most common causes that occur in travel agencies with respect to tourist packages, intervening in aspects such as personnel, information, method, system and service capacity, and thus making an improvement plan in order to provide value added to service.

Keywords: Quality management, tourist packages, cause and effect diagram, national and international.

ÍNDICE

1.Introducción.....	5
2. Desarrollo.....	6
2.1 Marco Teórico.....	6
2.1.1 Gestión de Calidad.....	6
2.1.2 Paquetes Turísticos.....	7
3.2 Diagrama Causa-Efecto.....	7
3.2.1 Proceso para elaborar el diagrama causa y efecto.....	8
3. Metodología.....	9
3.1 Motivos Comunes de Demora en Paquetes Turísticos.....	9
3.1.1 Productos ofrecidos.....	9
3.1.2 Personal.....	10
3.1.3 Información.....	10
3.1.4 Método de procedimientos.....	11
3.1.5 Sistema.....	11
3.1.6 Capacidad de Servicios.....	11
3.2.2 Resultados del diagrama causa – efecto en los paquetes turísticos.....	12
3.2.3 Desarrollo del Diagrama causa – efecto.....	13
3.2.4 Diagrama Causa y Efecto.....	15
3.2.5 Plan de Mejora.....	15
4.Conclusiones.....	16
5.Referencia Bibliográficas.....	17
6.Anexos.....	19

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Causas demora de recepción de paquetes turísticos.....	13
--	-----------

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Diagrama causa y efecto.....	15
--	-----------

1. Introducción

Para desempeñar cambios importantes en el ámbito empresarial, hoy en día es importante adaptarse e innovar en los negocios, lo que conlleva a surgir nuevas ideas y operaciones, si a ello se implementa un sistema de gestión de calidad que permita mejorar la competitividad del mercado para satisfacer a los clientes. Las empresas de servicios llegan a ser más eficaces cuando personalizan su respuesta a la necesidad del cliente, la cual se convierte en una vía segura para alcanzar una gestión eficaz.

Desde luego, la calidad se encuentra relacionada con el uso y el valor que compensa a los clientes, así como lo indica Deming (2000), la calidad es una transformación en las necesidades y expectativas futuras de los clientes de tal manera que se pueda medir, lo que lo convierte en la única forma de diseñar y desarrollar el producto o servicio.

La gestión de calidad conlleva a un proceso de mejora continua, así permitiendo alcanzar eficacia y eficiencia en las actividades internas de la empresa, dado que existen diferentes tipos de herramientas como el diagrama causa-efecto que permite analizar los problemas, diagnosticando las posibles causas que provocan ciertos efectos (Unit, 2009).

La presente investigación tiene por objetivo general identificar los motivos de demora en la recepción de los paquetes turísticos mediante el diagrama causa-efecto con el fin de visualizar los problemas comunes que surgen en las empresas de turismo nacionales e internacionales.

El estudio se enmarca en una metodología a nivel cualitativo basada en fuentes de datos secundarios mediante revisión bibliográfica documental, de esta forma se complementará el estudio con una entrevista a los gerentes de agencias de viajes “Avial Tours” y “Castro American Tour”, para conocer los hallazgos con más profundidad.

2. Desarrollo

En el concepto de empresas de turismo, la gestión de calidad se enfoca en procesos eficientes y eficaces que debe estar enfocado en la satisfacción de tres actores principales que intervienen en este proceso: turistas, empresarios y residentes. El turista buscará la experiencia de viaje a un nivel óptimo y placentero, el empresario su finalidad va ser principalmente la rentabilidad del negocio y el residente buscará rentabilidad de las actividades turísticas que se produzcan en ese lapso de tiempo.

Según el estudio de Monsalve y Hernández (2015) señalaron que las actividades turísticas han contribuido al desarrollo económico, refiriéndose al aumento de la oferta laboral, la mejora de los beneficios económicos y aumento en la calidad de vida. Actualmente, las agencias de viajes que brindan paquetes de viajes ya sean de carácter nacionales e internacionales, suelen perder clientes por las demoras en lo que brindan, por lo que es necesario conocer las razones que puedan afectar estos viajes.

Existen varias técnicas para identificar problemas en una empresa, una de ellas es conocida como el diagrama causa-efecto o también conocido como fishbone (cola de pescado). Esta técnica consiste en una representación gráfica que permite ver el origen de un problema, muy utilizado en sistemas de gestión de calidad. Sus beneficios radican en la posibilidad de identificar y sistematizar las causas que están afectando el proceso, así como interrelacionar con el objeto de estudio.

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Gestión de Calidad

La calidad ha evolucionado bastante desde sus orígenes que conlleva al logro de los objetivos, con el fin de alcanzar la satisfacción plena de los consumidores de bienes o los usuarios de servicio (Lizarzaburu, 2015). Por ello, se implementa un sistema de gestión de calidad que puede definirse como pasos a seguir para la mejora continua de una organización, pues se enfoca en procesos para generar excelencia y calidad.

De acuerdo a la definición de gestión de calidad es una estrategia organizacional que identifica los objetivos, gestiona los procesos que interactúan y los recursos que se requieren para crear valor y lograr los resultados deseados por las partes interesadas (Becerra et al., 2015). Logrando ser un sistema que planifica, organiza, controla y dirige en su totalidad las actividades de una empresa.

El objetivo que tiene la gestión de calidad es tener en claro las necesidades del consumidor y poder llegar a cumplirlas, hay varios factores que en teoría se deben cumplir para poder llegar a la fidelización del cliente como por ejemplo la empatía o afinidad con el interesado ya que están brindando un servicio, la actitud debe estar predispuesto a poder brindar una información con plena seguridad y a su vez poder sugerir ciertos aspectos que el consumidor desconozca o no tenga la

confianza del servicio, para así ofrecer más alternativas y soluciones a su problema de una manera eficaz y efectiva (FORETUR, 2015).

2.1.2 Paquetes Turísticos

En tiempos de globalización el turismo se ha vuelto un pilar fundamental para la economía mundial, sobre todo las nuevas tecnologías hacen que los turistas tengan una mayor información sobre cada ámbito específico, volviéndose estos más exigentes (Pereira y Gosling, 2017). Sin embargo, es de vital importancia conocer y aprender los elementos que de alguna u otra manera influyen dentro de las decisiones del turista, pero entrando en un contexto general, la toma de elecciones en estos individuos influye más por un factor psicológico – emocional antes que el factor racional.

Según avanza el tiempo la actividad turística nacional e internacional va en un constante desarrollo, bien lo indica el ministerio de turismo (2019) que el sector turístico se posiciona en un tercer lugar de actividades de exportación no petroleras. Las empresas turísticas son gestadoras de varios elementos tangibles e intangibles que se ofrecen dentro del mercado por tal razón dinamiza varios sectores comerciales como el transporte, el sector hotelero, servicios alimenticios, entre otros.

3.2 Diagrama Causa-Efecto

En la actualidad existen varias herramientas que sirven para viabilizar un tipo de análisis situacional dentro de la empresa, una de las más conocidas es el diagrama causa – efecto, también conocido como el diagrama de fishbone o diagrama de Ishikawa.

El diagrama de Ishikawa fue creado en una primera instancia como instrumento de gestión de calidad, donde se enfoca en los defectos de los diseños de los productos, con el fin de identificar las posibles variables que causaban un efecto.

El diagrama causa-efecto permite analizar los factores que intervienen en la calidad del producto a través de una relación de causa y efecto, permitiendo así visualizar la causa de la dispersión, en este caso ayuda a clasificar el origen de un problema. Esta herramienta se realiza mediante la representación gráfica acerca de los elementos que conlleva la investigación de los diversos factores causa y efecto, al mismo tiempo permite analizar el comportamiento entre sí, teniendo un marco teórico adecuado a la representación visual (Coccia, 2017).

La correcta toma de decisiones ante un problema y realizar un análisis de las posibles causas que han provocado el inconveniente mediante la herramienta causa y efecto será un aliado crucial al momento de llevarlo a cabo.

3.2.1 Proceso para elaborar el diagrama causa y efecto

Los pasos serían los siguientes:

1. **Definir el problema o efecto a evaluar**, donde se dibuja una flecha donde el tema a analizar se coloca atrás en la parte final.
2. **Mediante una lluvia de ideas se escogen las causas principales** que pueden ser personal, información, métodos, sistema, capacidad de servicios y entorno de trabajo. Cabe recalcar que esto puede variar dependiendo el problema.
3. **Analiza el problema de cada una de las espinas mayores**, escribiendo cada una de ellas de manera concisa.
4. **Completa las otras causas** probables en cuanto a su deducción.
5. **Es necesario una asignación de la importancia** de cada causa.

Con el diagrama de Ishikawa se puede desarrollar sus propias espinas mayores y menores, por lo que será un diagrama único en todo el sentido para la situación que se analiza (Betancourt, 2016). El diagrama causa – efecto se puede asignar como una herramienta de uso común que facilita tanto a los pequeños negocios de servicio hasta las grandes empresas en sus diferentes procesos (Solana, 2016).

3. Metodología

El presente estudio se centró en identificar los motivos de demora de los paquetes turísticos nacionales como internacionales. Para ello, se optó por realizar una investigación de tipo cualitativa mediante revisión bibliográfica. Según Cadena, et al (2017) se basa en buscadores académicos revistas y documentos con referencias de bases científicas. Además se complementa con entrevista a propietarios de agencias de viaje “Avial Tours” y “Castro American Tour”. Esta metodología aporta al propósito de encontrar las causas que provocan la demora de los paquetes turísticos nacionales e internacionales.

3.1 Motivos Comunes de Demora en Paquetes Turísticos

Comprender los factores que influyen en la toma de decisiones para las distintas empresas es primordial, tomando en cuenta el mercado y sus variaciones. En el turismo es más complicado identificar los rasgos característicos del turista , en el cual el factor emocional influye como una característica determinante al momento de querer adquirir un paquete turístico (Navarro, 2015).

Si bien la mayoría de las agencias de viajes cumplen con lo básico, siempre existen varios puntos que se pueden mejorar referentes a los clientes y ayudarles a tener una experiencia placentera. En base a varios autores se describen a continuación los posibles motivos de demora que pueden tener una agencia de viajes que ofrezca paquetes turísticos a nivel nacional como internacional.

3.1.1 Productos ofrecidos

La venta de paquetes turísticos nacionales o internacionales es considerado unos de los más rentables en las agencias de viajes, ya que por esta se comisiona la venta de tiquete aéreo, el hotel, traslado entre otros servicios; Es así que, al momento de presentar falencias y no mejorarlas se produce un estancamiento que afecta directamente al servicio que se ofrece al cliente que desea realizar un viaje (Velásquez et al., 2005). De la misma forma Arminda García (2016) indica que los servicios considerando su misma naturaleza no se pueden almacenar, ni preservar ni devolver, deben ser consumidos en tiempo determinado.

Como resultado el mercadeo de servicios debe anticiparse a la demanda, pues no se puede almacenar, por ello se deben contar estrategias sólidas, en el caso de los paquetes turísticos establecer cronogramas de los itinerarios que ofrecen a los clientes con el fin de que servicio sea de su agrado.

3.1.2 Personal

Reconocer el papel de recursos y capacidades en el personal, establece una fuente de talentos y soportes, que permite a la organización diseñar una ventaja competitiva frente a la competencia (Sánchez y Herrera, 2016). La capacitación constituye un factor importante para los miembros y responsables de una empresa con el fin de mejorar su productividad. Es por ello que capacitarse es un proceso constante que busca alcanzar un óptimo nivel de productividad (Carrillo, 2015).

De modo similar, dentro de las aristas del personal se puede nombrar la motivación que guarda una estrecha relación con la satisfacción laboral (Peña, 2018). Mientras que, María Naranjo (2009) reafirma que la motivación es un aspecto de gran relevancia en la vida de las personas tanto personal como laboral.

Resumiendo lo planteado hay que mantener siempre al personal motivado y atento a las diferentes situaciones que se pueda presentar tomando la mejor decisión en pro de la empresa.

3.1.3 Información

La mayoría de las condiciones en el área de servicio son de comunicación e información (Santos et al., 2002). La comunicación es un elemento clave en cualquier empresa, especialmente aquellas que se

comprometen a brindar un servicio que interactúan constantemente con los clientes. Es por ello que, ante la ausencia de gestión estricta en la comunicación interna ya que se encuentra a expensas al fracaso de ahí radica la importancia en la comunicación humana y la interacción por medio de mensajes (Charry, 2018).

Para las empresas que apuestan por las empresas que compran y venden productos o servicios en internet, la tecnología de las telecomunicaciones parece ser la opción ideal (Chiriguayo, 2015). Al mismo tiempo, es una herramienta muy útil, también tiene ciertas fallas, como virus informáticos, muchas de las cuales son actividades maliciosas dirigidas al fraude, robo de identidad, etc. Toda empresa debe realizar trabajos de seguridad cibernética con regularidad para retener información y datos importantes de la empresa y sus clientes.

3.1.4 Método de procedimientos

La importancia radica en contar con instructivos para realización de tareas y participación del personal, por ello se reconoce que el conocimiento debe ser útil y organizado (Dos Anjos, 2011). Por tal motivo, un correcto manejo de las tareas por parte del empleado ayuda a la productividad de la empresa, por ello es necesario que los encargados asignen de la mejor manera las actividades que vayan a realizar adaptando a sus capacidades y habilidades. Cada empleado debe tener un rol definido y evitar que se convierta en un personal multitareas que afecta al rendimiento del empleado.

3.1.5 Sistema

El impacto del internet en nuestras vidas fue de una manera abrupta que impulso al ser humano adaptarse a este nuevo sistema de comunicación., su costo al inicio era elevado, pero hoy se ha vuelto más accesible (Barrientos, 2017). Por lo tanto, existe una relación entre las personas y la información que permiten al talento humano empaparse de conocimiento y realizar sus funciones de la mejor manera (Mejía-Giraldo et al., 2013).

No basta contar con un sistema con óptima calidad en sus aplicaciones sino también se necesita un personal a disposición para manejar de manera correcta el sistema y evitar problemas con páginas emergentes (boots), que afecten la productividad de la empresa.

3.1.6 Capacidad de Servicios

Las capacidades son el resultado de implementar, dirigir y poder combinar los diferentes recursos, utilizando un proceso organizativo; se pueden dar de una manera operativa y dinámica (Sánchez y Herrera, 2016). En muchos casos, los servicios, producción y consumo son indisociables la cual afecta

la calidad y su evaluación (Oliva, 2005). Finalmente, conlleva a un compromiso tanto del personal como el encargado que dirige el servicio.

Con varias de estas revisiones bibliográficas se puede acotar que las demoras, atrasos u otras alteraciones en los servicios que ofrecen los paquetes turísticos pueden ser causadas por diferentes motivos que dan paso a acontecimientos que la empresa no tiene previsto, la falta de capacitación dentro de la empresa es otro motivo que se encuentra dentro del balance hecho, este error implica que pueda haber muchos daños colaterales como la pérdida de información que es vital para obtener los gustos y necesidades del cliente, a su vez también ciertos métodos implementados por la empresa cumplieron su ciclo de vida o no fueron correctamente desarrollados para el tipo de servicio que se desea brindar.

3.2.2 Resultados del diagrama causa – efecto en los paquetes turísticos.

Se pudo visualizar que no hubo ninguna causa generada por aspecto de entorno de trabajo, únicamente fueron aspectos como personal, información, método, sistema y capacidad de servicio; es por ello que la siguiente tabla de frecuencia nos demuestra factores que permiten identificar errores en los servicios que ofrecen las agencias de viajes o turismo, específicamente a la hora del armado en los paquetes turísticos.

Se realizó un contraste entre la información abarcada en los artículos científicos y las entrevistas pertinentemente realizadas, donde se pudo evidenciar que hay varias amenazas que son difíciles de controlar y están fuera del alcance del manejo de la empresa, se puede incluir como algo incontrolable en la red del sistema cibernético de la empresa los famosos y dañinos “Boots” son aquellos robots que debido a un código cibernético hacen estragos en la matriz de un programa y se puede perder datos valiosos o la desaparición total de la información de la empresa.

Por esta razón puede tener como consecuencia la pérdida de convenios o la falta de cruce de información con empresas las cuales tienen alianzas estratégicas para el desarrollo y armado de los paquetes turísticos, esto conlleva a no tener una eficiencia dentro del servicio y poca efectividad al momento de la entrega del paquete turístico al cliente.

De acuerdo con los artículos científicos lo más importante es no cometer estos errores o minimizar el impacto de estos o más errores para tener clara la información del cliente sujeta a las opciones que la empresa pueda ofrecer dentro del catálogo de ofertas que permitan al cliente quedar satisfecho con el servicio.

A continuación la siguiente tabla de frecuencia para elaborar el diagrama causa y efecto.

Tabla 1: Causas demora de recepción de paquetes turísticos

CAUSAS	FRECUENCIA
Mano de obra- Personal	
Estado de confort	1
Rotación de personal frecuente	1
Información	
Ataque de boots o hackers	2
Cruce equivocada de información Por parte del personal.	2
Desperfectos en el sistema	2
Método	
Diferente percepción entre el Cliente y la empresa.	2
Error al arma paquetes turísticos	2
Sistema	
Virus boots	2
Retraso de información	2
Desconocimiento del personal sistema	1
Capacidad de Servicios	
Retrasos en los viajes	1
Poca colaboración en equipo	1

Elaboración Propia

3.2.3 Desarrollo del Diagrama causa – efecto

Para la elaboración del diagrama se coloca el nombre del problema en un recuadro que como ya se conoce representa la cabeza del pez y las espinas serán las causas.

Paso 1: Problema (efecto): Demora en la recepción de paquetes turísticos

Paso 2: Determinación de categorías (espinas mayores)

- Personal
- Información
- Métodos
- Sistema
- Capacidad de Servicios

Paso 3: Determinación de las causas

- **Personal:** ¿Que afecta al personal para que existan demoras en los paquetes turísticos nacionales e internacionales?

Causa 1: Estado de confort

¿Por qué? Estabilidad del puesto de trabajo

Causa 2: Rotación de personal frecuente

¿Por qué? Personal poco comprometido

- **Información:** ¿Como la información que brinda la empresa provoca demora en los paquetes turísticos nacionales e internacionales?

Causa 1: Ataque de boots o hackers

¿Por qué? Factores ajenos a la empresa

Causa 2: Cruce equivocada de información por parte del personal

¿Por qué? Confusión de comunicación con convenios con las empresas

Causa 3: Desperfectos en el sistema

¿Por qué? funciones internos del sistema

- **Métodos:** ¿Cuáles son los posibles factores en el método de la empresa que ocasionan demora en los paquetes turísticos nacionales e internacionales?

Causa 1: Diferente percepción entre el Cliente y la empresa

¿Por qué? No rigen itinerario de viaje (pasajero)

Causa 2: Error al arma paquetes turísticos

¿Por qué? Clientes cambiantes

Sistema: ¿Qué aspectos relacionados con el factor sistema provocan demora en los paquetes nacionales e internacionales?

Causa 1: Virus boots

¿Por qué? Plataformas digitales inseguras

Causa 2: Retraso de información

¿Por qué? Proveedores de internet

Causa 3: Desconocimiento de personal sistema

¿Por qué? No brinda gerente propietario capacitación necesaria

Capacidad de Servicio: ¿Qué errores se presentan en la capacidad de servicio de causan demora en los paquetes turísticos nacionales e internacionales?

Causa 1: Retraso en los viajes

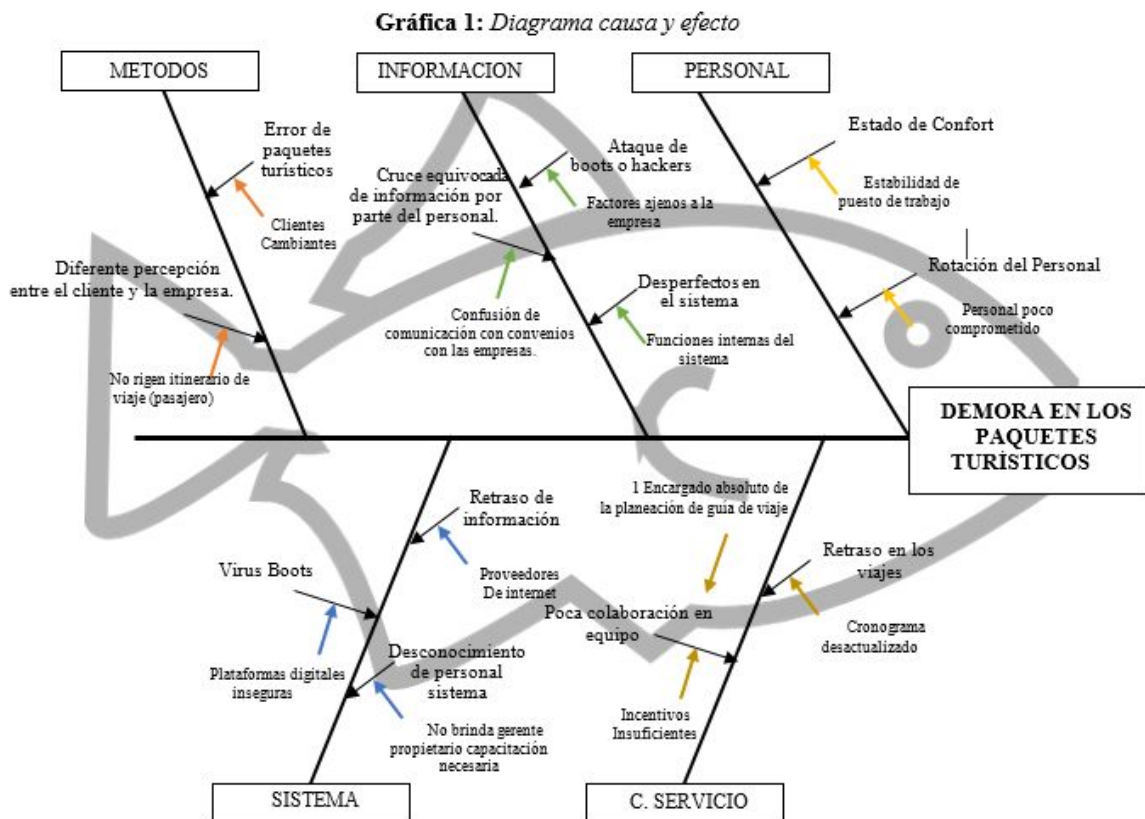
¿Por qué? Cronograma desactualizado

Causa 2: Poca colaboración en equipo

¿Por qué? Incentivos insuficientes

¿Por qué? 1 Encargado absoluto de la planeación de guía.

3.2.4 Diagrama Causa y Efecto



Elaboración: propia

Fuentes: Entrevistas y artículos científicos

3.2.5 Plan de Mejoras

- Capacitar al personal en áreas de dirección y liderazgo para que puedan enfocarse y organizar el tiempo de los paquetes turísticos.
- Controlar el cumplimiento de los procesos acerca de la información entre la agencia de viajes y empresas aliadas.
- Mejorar el sistema de software para proteger información de virus y hackers.
- Establecer políticas de la empresa para que los viajeros puedan respetar la planeación de los paquetes turísticos.
- Verificar que el proveedor de internet ofrezca una buena señal satelital.
- Colaborar en equipo mediante medios digitales a los guías que se encuentran en los países destinados por los paquetes turísticos.

4. Conclusiones

Luego de haber realizado la presente investigación mediante el uso favorable de la herramienta causa y efecto fue posible identificar cuáles son los posibles factores que afectan en la demora de los paquetes turísticos nacionales e internacionales.

Entre los factores que más se puede destacar se encuentran información por el motivo que las amenazas que rodean las plataformas digitales afectan en la recepción de paquetes turísticos ya que pueden incluso dañar el sistema y robar información importante y privada que competen a la empresa y los clientes. Otro factor importante es el sistema, en el desconocimiento del manejo del sistema por parte del personal aun futuro conlleva pérdidas tanto de recursos de tiempo como de dinero.

Además, que varias ocasiones carecen de políticas las empresas donde puedan respaldar sus paquetes, puesto que, los clientes son cambiantes y en último momento desean cambiar la planeación del encontrándose en el país destino, es así que ponen en aprietos a guía encargado del recorrido establecido incurriendo en gastos no establecidos por la empresa.

Finalmente la gestión empresarial, debe ser algo que toda la organización comprenda y lo aplique, transformando en un futuro a la empresa más competitiva, con altos estándares siempre y cuando apliquen el sistema correctamente.

5. Referencias Bibliográficas

Barrientos, P. (2017). Marketing + internet = e-commerce: Oportunidades y desafíos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 41-56. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2017.9.1.3>

Becerra Lois, F. Á., Andrade Orbe, A. M., & Díaz Gispert, L. I. (2015). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador. *Actualidades Investigativas en Educación*, 19(1), 32. <https://doi.org/10.15517/aie.v19i1.35235>

Cadena, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., Cruz-Morales, F. del R. de la, & Sangerman-Jarquín, D. M. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: Un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617.

Carrillo, L. (2015). Capacitación: Una Herramienta De Fortalecimiento De Las Pymes. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XVI(33), 1-25. [.https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66638602001](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66638602001)

Charry, H. (2018). *La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público*.10. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>

Chiriguayo, S. (2015). *Comercio Electrónico: Importancia de la Seguridad en las Transacciones Electrónicas, Amenazas y Soluciones a Implementar*. ISSN: 1390 – 3748

Deming, W. E. (2000). *Out of the Crisis*. https://books.google.com.ec/books/about/Out_of_the_Crisis.html?hl=es&id=LA15eDIOPgoC&redir_esc=y

Dos Anjos, F. (2011). *Contribuciones de la gestión de conocimiento a los servicios turísticos*. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/187244133006/html/index.html>

FORETUR. (2015). *Calidad de Servicio y Atención al Cliente en Hostelería*. <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

García, A. (2016). *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. 19. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>

Lizarzaburu, E. R. (2015). La gestión de la calidad en Perú: Un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54.

Mejía-Giraldo, A., Bravo-Castillo, M., & Montoya-Serrano, A. (2013). El factor del talento humano en las organizaciones. *Ingeniería Industrial*, 34(1), 2-11.

Mitur. (2019). *Visualizador de información turística*. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-movimientos>

Monsalve, C., & Hernández, S. (2015). *Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: Caso Bucaramanga*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011

Naranjo, M. (2009). Motivación: Perspectivas Teóricas Y Algunas Consideraciones De Su Importancia En El Ámbito Educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153-170.

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35, 335. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>

Oliva, E. J. D. (2005). *Del servicio y sus modelos de medición*. 18. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>

Peña, H. (2018). *Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional*. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>

Pereira, G., & Gosling, M. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar*. 25. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>

Sánchez, S., & Herrera, M. (2016). *Los recursos humanos bajo el enfoque de la teoría de los recursos y capacidades*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90947653008>

Santos, M., Cabrales Hernández, G., Rojas Mesa, Y., Gregorio Chaviano, O., & Ramírez Mirabal, R. (2002). Análisis de los actuales servicios de información para los centros de investigación. *Ciência da Informação*, 31(2), 52-59. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652002000200006>

Unit. (2009). *Herramientas para la mejora de la calidad*. Instituto uruguayo de Normas Técnicas. <https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/01/libro-herramientas-para-la-mejora-de-la-calidad-curso-unit.pdf>

Velásquez, F., Ramón, J., & Felipe, A. (2005). *Agencias de viajes: Nuevos retos en la industria del turismo*. 141-174. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v21n96/v21n96a06.pdf>

6. Anexos

Anexo 1

Guía De Entrevista

Fecha: ___/___/___

Nombre del Entrevistado: _____

Empresa del Servicio: _____

1. ¿Qué factores considera Ud. que son de mayor importancia dentro de los mecanismos utilizados para el funcionamiento de la empresa?
2. Dentro de los estándares que maneja la empresa, ¿Cuál cree Ud. que son los motivos que afectan el proceder al momento de ofrecer los servicios turísticos?
3. ¿Qué errores son más comunes dentro del personal que labora en su empresa referente a los paquetes turísticos?
4. ¿Cuál es el plan de acción para consolidar los convenios con empresas internacionales?
5. ¿Qué inconvenientes ha encontrado en base a su experiencia al trabajar con sistemas y plataformas digitales nacionales e internacionales?
6. Dentro de los varios paquetes turísticos que Ud. ofrece hay flexibilidad para que el cliente pueda realizar otras actividades diferentes al itinerario establecido?

