# INSTITUTO SUPERIOR

# TECNOLÓGICO

# SAN ANTONIO

**Escuela de Negocios**

# Propuesta de un sistema de gestión de calidad Kaizen para el servicio al cliente enfocado en el turismo local de zonas rurales que atiende a la finca agro-turística el Picaflor durante el primer semestre de 2025.

**Dennise Maribel Alvarado Apo**

**Administración**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

**Tecnólogo Superior en Administración**

**Quito, 20 de abril de 2025**

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

**Escuela de Negocios**

## HOJA DE CALIFICACIÓN
## DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Propuesta de un sistema de gestión de calidad Kaizen para el servicio al cliente enfocado en el turismo local de zonas rurales que atiende a la finca agro-turística el Picaflor durante el primer semestre de 2025.**

**Dennise Maribel Alvarado Apo …./….**

**Juan Carlos Fonseca López, Ing.**

**Quito, 20 de abril de 2025**

# DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Dennise Maribel Alvarado Apo

Código estudiante: 2410

Cédula de identidad: 1500887318

Lugar y fecha: Quito, abril del 2025

# ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

# UNPUBLISHED DOCUMENT

**Note:** The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

# DEDICATORIA

A mi madre María Clarita Apo por ser ese pilar de apoyado incondicional en todo este proceso de haberme brindado su amor inmenso y sacrificios silenciosos, quien estuvo en todo momento quien ha sabido darme esa inspiración y fuerza para poder salir delante.

También a mis hijos Iker e Iván y mi Sebastián, que han sido mi motivación de no rendirme de seguir esforzándome cada día, ya que veo en sus mirandas dándome ese motivo por el cual cada mañana que despierto con el propósito de construir un futuro de lleno de amor, oportunidades y de seguir creciendo.

A mis hermanas Isabel, Patricia y mi hermano Neyser, por su apoyo, amor y cariño incondicional a lo largo todo este proceso, por acompañarme en cada instante ya que sus palabras de aliento, consejos transformaron mi vida en algo más positivo y de algún modo me respaldaron en todos mis objetivos y sueños.

Finalmente este título que para logro lo dedico con todo mi cariño y agradecimiento a todos ustedes por confiar en mí y acompañarle en todo este proceso que están importante en mi vida.

# AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mi familia y todos que formaron parte de este proceso para que hiciera posible terminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a Dios en primer lugar por darme salud, vida por ser mi guía a lo largo de mi vida por darme la sabiduría para seguir con mis objetivos establecidos sin decaer.

A mi querida madre quien fue el pilar principal de mi trayectoria con su apoyo incondicional por sus palabras y consejos durante mi vida me ha guiado para ser mejor. Pese a las dificultades e inconvenientes ha estado siempre presente echando una manito cuando más eh necesitado, agradecida que me enseñaste que con empeño y fe todo es posible.

Mis queridos hijos por ser esa inspiración de verlos felices de seguir luchando día a día, por la paciencia que me han tenido en este proceso de todas maneras estuvieron a mi lado en todo momento afrontando cada uno de los obstáculos, que son mi motor principal causa por la que nunca me rindo. Siendo parte de este logro alcanzado.

# RESUMEN

El propósito de este proyecto es presentar un sistema de control de calidad fundamentado en la metodología Kaizen, con el fin de optimizar el servicio al cliente en la Finca Agro-Turística el Picaflor, situada en una área rural y dedicada al turismo local en el primer semestre de 2025. Mediante un análisis exhaustivo y la realización de encuestas a los visitantes, se identificaron aspectos positivos como la amabilidad del personal y la pulcritud de las instalaciones, así como áreas que necesitan mejoras en los tiempos de espera y la diversidad de la oferta turística.

La propuesta sugiere la formación de un comité Kaizen, la implementación del ciclo PDCA y herramientas como 5S y gráficos de causa-efecto, para integrar a todo el personal en un proceso de mejora continua. Se diseñó un plan de mejora interna con el objetivo de estandarizar las mejores prácticas y garantizar la sostenibilidad del sistema de Kaizen que se establece.

Esta propuesta tiene como meta aumentar la satisfacción del cliente, fomentar la lealtad y mejorar la competitividad de la finca, promoviendo así el avance del turismo en áreas rurales.

**Palabras Clave:** Calidad, kaizen, mejora continua, servicio al cliente, turismo rural.

# ABSTRACT

The main objective of this project is to propose a quality management system based on the Kaizen methodology to improve customer service at El Picaflor agro-tourist farm, located in a rural area and focused on local tourism during the first half of 2025. Through a comprehensive diagnosis and the application of visitor surveys, strengths such as staff friendliness and facility cleanliness were identified, along with opportunities for improvement related to waiting times and the diversification of the tourism offerings.

The proposal includes the creation of a Kaizen committee, the application of the PDCA cycle, and the use of tools such as 5S and cause-effect diagrams, aiming to involve the entire team in a continuous improvement process. An internal continuous improvement plan was developed to standardize best practices and ensure the sustainability of the implemented Kaizen system.

This initiative seeks to increase customer satisfaction, foster customer loyalty, and strengthen the farm's competitiveness, thereby promoting the development of rural tourism.

**Keywords:** Quality, Kaizen, continuous improvement, customer service, rural tourism.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I ..... 18

INTRODUCCIÓN ..... 18

1.1.Planteamiento del problema ..... 18

1.2.Justificación ..... 19

1.3.Alcance…….. ..... 20

1.4.Objetivos general y específicos ..... 21

CAPÍTULO II ..... 22

MARCO TEÓRICO ..... 22

2.1. Kaizen ..... 22

2.1.1. Definición y principios de la filosofía Kaizen. ..... 22

2.1.1.1. Definición de Kaizen. ..... 22

2.1.1.2. Principios de la filosofía Kaizen. ..... 22

2.1.2. Herramientas de Kaizen. ..... 23

2.1.3. Aplicación de Kaizen en el sector turístico. ..... 24

2.2. Gestión de Calidad ..... 24

2.2.1. Concepto de sistemas de gestión de calidad. ..... 24

2.2.2. Calidad en el servicio al cliente. ..... 25

2.2.3. Importancia de la calidad en el turismo. ..... 25

2.3. Servicio al Cliente ..... 26

2.3.1. Definición del servicio al cliente. ..... 26

2.3.2. Importancia del servicio al cliente. ....26

2.3.3. Servicio al cliente en el turismo. ....27

2.4. Turismo local ....27

2.4.1. Definición y características del turismo local. ....27

2.4.1.1. Definición de turismo local. ....27

2.4.1.2. Característica del turismo local. ....27

2.4.2. Importancia del turismo local para el desarrollo rural. ....28

2.4.3. Perfil del turista local en zonas rurales. ....29

2.5. Marco Conceptual ....30

2.6. Marco Legal ....31

2.6.1. Ley Orgánica de Turismo ....31

2.6.2. Código de la Producción, Comercio e Inversiones. ....31

2.6.3. Normas ISO 9001:2015 (Sistema de Gestión de Calidad) ....31

2.6.4. Reglamento del Ministerio de Turismo. ....31

2.6.5. Ley Orgánica del Ambiente. ....32

2.6.6. Normas de Seguridad y Salud Ocupacional ....32

2.6.7. Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad Laboral. ....32

2.6.8. Ley de Protección al Consumidor. ....32

CAPÍTULO III ....33

MARCO METODOLÓGICO ....33

3.1. Tipo de investigación ..... 33

3.1.1. Según el propósito ..... 33

3.1.1.1. Aplicada. ..... 33

3.1.2. Según la manipulación de las variables. ..... 33

3.1.2.1. Cuasiexperimental ..... 33

3.1.3. Según el tiempo de duración ..... 34

3.1.3.1. Transversal. ..... 34

3.2. Enfoque ..... 34

3.2.1. Cuantitativo. ..... 34

3.3. Herramientas metodológicas ..... 34

3.3.1. Control de calidad y mejora continua. ..... 34

3.4. Técnicas de investigación ..... 35

3.4.1. Instrumentos variable independiente y dependiente. ..... 35

3.4.1.1. Encuesta. ..... 35

3.5. Estudios iniciales ..... 36

3.5.1. Identificación de variables. ..... 36

3.5.2. Matriz de operacionalización de las variables. ..... 37

3.5.3.Criterios y exclusión. ..... 35

3.5.3.1.Trabajadores de la finca. ..... 35

3.5.4.Muestreo: Muestreo no probabilístico, convencional y deliberado. ..... 35

3.6.Desarrollo 36

3.6.1.Etapa 1: evaluación inicial. ..... 36

3.6.2.Etapa 2: capacitación y concienciación. ..... 36

3.6.3.Etapa 3: ejecución de mejoras. ..... 37

3.6.4.Etapa 4: supervisión y análisis. ..... 37

3.6.5.Etapa 5: modificaciones y realimentación. ..... 37

3.6.6.Lista de verificación del proyecto, ..... 37

CAPÍTULO IV ..... 39

RESULTADOS Y DISCUSIÓN ..... 39

4.1. Diagnóstico de la satisfacción del cliente y eficiencia del personal de la finca ..... 39

4.1.1. Análisis de la encuesta ..... 39

4.1.1.1. Análisis general de la encuesta ..... 56

4.2. Analices de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio de la finca ..... 58

4.2.1. Perfil general del turista visitante. ..... 58

4.2.2. Percepción sobre la calidad del servicio. ..... 60

4.2.2.1. Síntesis. ..... 61

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... 62

Conclusiones ..... 62

Recomendaciones ..... 64

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 65

ANEXO A: PLAN DE MEJORA CONTINÚA BASADO EN LA METODOLOGIA KAIZEN ..... 69

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA.....92

ANEXO C: RESULTADOS DE ENCUESTA.....98

## Índice de Tablas

Tabla 1. Método de las 5S de Kaizen.....23

Tabla 2. Matriz de identificación de variables.....36

Tabla 3. Matriz operacional de variables.....37

Tabla 4. Criterio y exclusión de turistas.....35

Tabla 5. Muestra.....35

Tabla 6. Edad del encuestado.....40

Tabla 7. Genera del encuestado.....41

Tabla 8. Estado civil del encuestado.....42

Tabla 9. Frecuencia de visita a la finca El Picaflor.....43

Tabla 10. Localidad del encuestado.....44

Tabla 11. Calificación de la amabilidad del personal.....45

Tabla 12. Calificación de la rapidez de la atención del servicio.....46

Tabla 13. Calificación la limpieza y orden de la finca.....47

Tabla 14. Tiempo de espera del servicio.....48

Tabla 15. Calificación de la calidad el servicio.....49

Tabla 16. Calificación de respuesta en las necesidades del turista.....50

Tabla 17. Calificación de la existencias de mejoras en el servicio.....51

Tabla 18. Calificación de existencia de mejora continua en el servicio .....52

Tabla 19. Calificación de la implementación del sistema Kaizen.....53

Tabla 20. Áreas de mejora en la finca.....54

Tabla 21. Implementación del sistema de retroalimentación.....55

## Índice de Figuras

Figura 1. Diagrama Causa-Efecto ..... 24

Figura 2. Cálculo de la muestra ..... 36

Figura 3. Edad ..... 40

Figura 4. Genero ..... 41

Figura 5. Estado civil ..... 42

Figura 6. Frecuencia de visita ..... 43

Figura 7. Localidad ..... 44

Figura 8. Amabilidad del personal ..... 45

Figura 9. Atención del servicio ..... 46

Figura 10. Limpieza y orden de la finca ..... 47

Figura 11. Tiempo de espera del servicio ..... 48

Figura 12. Calidad del servicio ..... 49

Figura 13. Necesidades del turista ..... 50

Figura 14. Mejoras en el servicio ..... 51

Figura 15. Mejora continua en el servicio ..... 52

Figura 16. Implementación del sistema Kaizen ..... 53

Figura 17. Áreas de mejora ..... 54

Figura 18. Retroalimentación.....55

# CAPÍTULO I

# INTRODUCCIÓN

## 1.1.Planteamiento del problema

En Ecuador, la agricultura, el agroturismo, la explotación ágil de las tierras, entre otras actividades basadas en la diversificación de la biodiversidad y la riqueza del patrimonio cultural natural del país, constituyen una actividad económica esencial, siendo la principal causa de fomentar el cuidado y la recuperación de la biodiversidad en la flora y la fauna, rescatando mediante los árboles y plantas en peligro de extinción para que lleguen los animales, e incluso la conservación de los restos arqueológicos. Sin embargo, hay importantes retos en el sector que hacen que la actividad carezca de estrategias de desarrollo sostenible y, en el campo del turismo, también hacen que se susciten estrategias para la promoción de un turismo respetuoso con el medio ambiente y socialmente responsable.

La experiencia del turista en Ecuador está altamente determinada por la atención al cliente en el sector turístico. La Finca Agro-Turística El Picaflor, en Arosemena Tola, tiene problemas en la gestión de su servicio al cliente. Aunque hay otros destinos similares que son capaces de atraer visitantes ofreciendo entornos naturales atractivos y actividades entretenidas, El Picaflor aún no posee un sistema bien estructurado que le permita mejorar sistemáticamente la calidad del servicio, restringiendo así su capacidad para retener clientes, obtener buenos comentarios y atraer nuevos visitantes.

La falta de atención al cliente y la mala comunicación de indicadores de calidad y servicio son la razón de los problemas de los turistas y del desarrollo del turismo en la finca. Esto da lugar a frustraciones y malas experiencias; no solo disminuye las posibilidades de retorno de los visitantes, sino que también contrarresta la imagen y competitividad del lugar. También se dificultan las actividades de los empleados en la prestación de un servicio estándar y satisfactorio, como resultado de la falta de una estructura organizacional que dirija

y promueva la evolución constante con la implementación de modificaciones graduales en los procedimientos. Dando un mejoramiento continuo es posible alcanzar logros de importancia significativas para la Finca Agro-Turística El Picaflor.

## 1.2.Justificación

La implementación de un sistema de gestión de calidad basado en el enfoque Kaizen en la Finca Agro-Turística El Picaflor, por ende, surge de la necesidad de mejorar la calidad de satisfacción del cliente, debido a que presenta dificultades relacionadas con la calidad del servicio al cliente, limitando su capacidad para fidelizar visitantes recomendaciones y obtener recomendaciones positivas, afectando así su crecimiento y posicionamiento como lugar turístico destacado. En Ecuador, hoy en día no cuenta con una sólida cultura de atención al cliente; los ecuatorianos todavía desconocen la relevancia de optimizar los elementos y factores que afectan la conducta del consumidor.

El método Kaizen significa mejorar continuamente las organizaciones operativas a través de mejoras rutinarias e incrementales, construyendo un ambiente eficiente y productivo que aumenta la competitividad al reducir las ineficiencias. Es la solución adecuada para la Finca Agro-Turística El Picaflor, ya que permite la optimización de procesos. Sin él, necesitarán grandes inversiones. Por tal razón, es accesible y adaptable a las necesidades de las microempresas turísticas, fomentando así una cultura organizacional de mejora constante y responsabilidad compartida.

Además, impulsa al equipo a la detección y resolución de problemas, lo que contribuye a la transformación hacia la excelencia del servicio y asegura la satisfacción y fidelidad del cliente. Igualmente, reforzará su posición como un lugar turístico, favoreciendo tanto a la finca, sus trabajadores y la comunidad aledaña.

Mediante la implementación de Kaizen se fomenta un ambiente laboral positivo y motivador donde todos los empleados se sentirán comprometidos con el objetivo común de

mejora continua. No solo incrementa la permanencia del talento, sino que también capta nuevos talentos que desean formar parte de una organización innovadora y en constante cambio. En cuanto a la estandarización de procesos, nos aseguramos tener un trato uniforme y positivo para todos los visitantes; elemento clave para fortalecer la reputación de la finca. Esta zona se distingue por su entorno natural y sus actividades agropecuarias, lo que le otorga un alto potencial para atraer turistas.

De igual forma, mediante capacitaciones continuas en la estandarización de calidad y atención al cliente, lo cual nos permite crear un ambiente laboral más organizado y estructurado. Además, esto no solo mejorará el desempeño del equipo, sino que también aumentará su motivación y compromiso, favoreciendo la retención de talento en la finca.

Por último, el impacto positivo que logrará alcanzará en la comunidad local. Transformando en un lugar turístico y atractivo, fortaleciendo así el empleo, aumentando la demanda de servicios y productos de la zona, del mismo modo, impulsando el desarrollo económico de la región. Aunque este tipo de crecimiento es fundamental en zonas rurales como estas, donde el turismo puede ser una fuente importante de ingresos para la comunidad.

### 1.3.Alcance

Este trabajo de titulación se centra en la implementación de un sistema de gestión de calidad, enfocado en Kaizen. En la empresa agroturística El Picaflor, la actividad se centrará en la identificación, planificación y aprobación de la implementación de prácticas de mejora continua que optimizan el servicio al cliente. En el margen extremo de esta empresa se abordarán áreas críticas como la estandarización de procesos, la capacitación del personal, así como también la creación de un sistema de monitoreo y retroalimentación que permita medir el impacto de las acciones realizadas. Notablemente, la ejecución abarcará desde el diagnóstico inicial de las deficiencias en la atención al cliente, incluida la selección y formación del equipo en principios e ideas de Kaizen, hasta la explotación de ciertas mejoras

que fomentan un tratamiento uniforme y de calidad de los visitantes. De igual forma, hace parte del propósito de la actividad el alcance que incluye la revisión y ajuste de procesos internos para poder proporcionar metodológicamente la novedad de la experiencia de la visita. La eficacia de las acciones y del sistema de gestión implantado se evaluará a partir de la mejora en los índices de satisfacción de los visitantes, la fidelización de las personas que consumen el servicio y el crecimiento en el número de comentarios favorables.

## 1.4.Objetivos general y específicos

Objetivo General:

Proponer un sistema de mejora continua, inspirado en la filosofía Kaizen, que permita mejorar la atención al cliente en la Finca Agro-Turística el Picaflor, consiguiendo la satisfacción de los turistas y el crecimiento turístico rural en la zona de Arosemena Tola.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico exhaustivo de la satisfacción del cliente y la eficiencia del personal en la Finca Agro-Turística el Picaflor.
- Analizar la percepción que tienen los turistas sobre la calidad de servicio brindada por la finca.
- Implementar un plan de mejora continua basado en la metodología Kaizen, que permita identificar los problemas y dar soluciones de manera proactiva.

# CAPÍTULO II

# MARCO TEÓRICO

## 2.1. Kaizen

### 2.1.1. Definición y principios de la filosofía Kaizen.

#### *2.1.1.1. Definición de Kaizen.*

Tomando en cuenta a los siguientes autores se define la palabra kaizen:

Según Polo et al. (2020), menciona que el Kaizen o mejora continua es una forma de administrar que provoca transformaciones o ligeras mejoras progresivas en la forma de trabajar o en los procedimientos laborales, lo cual ayuda a disminuir desperdicios y, como resultado, optimizar el desempeño laboral, llevando a la entidad hacia un ciclo de innovación continua. (p. 22)

Por otro lado Guzmán (2022) indica que el kaizen es la transformación del comportamiento de las personas. El progreso del sistema hacia el éxito se basa en una actitud positiva hacia la mejora y la utilización de todas las habilidades del personal. El espíritu de mejora continua en las empresas se caracteriza por una cultura de cambio continuo hacia las mejores prácticas, que es lo que se entiende por el término “mejora continua”. (p. 11)

#### *2.1.1.2. Principios de la filosofía Kaizen.*

Según Pitizaca (2024), los principios de la filosofía Kaizen son los siguientes:

- Elementos esenciales: este paso es importante para comenzar la metodología Kaizen.
- Mantenimiento y mejora de los estándares: la mejora continua siempre se evalúa con estándares.
- Enfoque de procesos: Kaizen se centra en todos sus esfuerzos de mejora a los procesos de la compañía.

- Enfoque a las personas: : Kaizen se enfoca en sus esfuerzos de mejora con la participación de grandes empleados..
- La mejora del trabajo diario: Kaizen se centra en la mejora continua mediante el uso del problema en el mismo trabajo, llamado “gamba”, la eliminación de desechos, llamada “muda” en el lugar de trabajo; Cualquier actividad que use recursos y no cumpla con los requisitos de la empresa.

### 2.1.2. Herramientas de Kaizen.

Una de las herramientas para realizar la filosofía es la aplicación de la metodología de las 5S de Kaizen, según Chara et. al. (2022); menciona las siguientes:

Tabla 1. Método de las 5S de Kaizen

| Herramienta | Concepto |
|---|---|
| **Seiri (clasificar)** | Identificar lo que es esencial y lo que no lo es en el entorno laboral. |
| **Seiton (organizar)** | Organizar de manera sistemática los objetos que se consideran esenciales. |
| **Seiso (limpiar)** | Fomentar un estado de limpieza constante en el área laboral. |
| **Seiketsu (normalizar)** | Regular las acciones para sostener el orden y la limpieza, y aplicar de manera continua los conceptos establecidos. |
| **Shitsuke (perseverar)** | Superar la oposición al cambio y convertir las buenas prácticas en un hábito. |

Otra de las herramientas que se emplea en la realización de la filosofía Kaizen es el uso del diagrama Causa efecto, según Chara et. al. (2022) menciona que “el diagrama se enfoca en centralizar la problemática y de esta buscar la causa; la cual es representada como una forma de pescado en donde la cabeza va el problema central y en las espinas van las causas”.

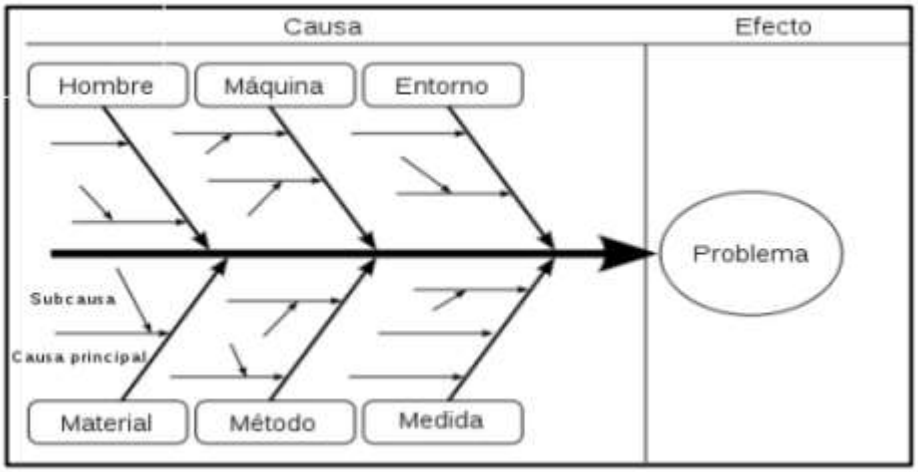



Figura 1. Diagrama Causa-Efecto

### 2.1.3. Aplicación de Kaizen en el sector turístico.

Según Taramona et. al. (2020) en su estudio mencionan que para la recuperación turística que fue afectada en pandemia se debe utilizar la estrategia Kaizen, donde aplicaron principalmente del método de las 5S, para poder mejorar las condiciones de las organizaciones en base al orden y limpieza; además tomaron en cuenta las condiciones del trabajo, seguridad, clima laboral, motivación personal y eficiencia. Con eso poder mejorar la productividad del sector turístico.

Pacheco (2022), menciona que la aplicación de la filosofía en el sector turístico permite tener un sistema productivo esbelto, además para su aplicación se necesita de la participación de los empleados, ya que son los que conocen que mejoras se puede realizar dentro de un hotel, y esta filosofía no es de gran inversión porque solo se necesita del ingenio para optimizar los recurso. También en su investigación utilizo la herramienta 5S para mejorar la calidad del servicio al turista.

## 2.2. Gestión de Calidad

### 2.2.1. Concepto de sistemas de gestión de calidad.

Según los autores Gorotiza y Romero (2021), mencionan que el sistema de gestión de calidad (SGC) se fundamenta en una seria de principios que la organización o empresa deben

aplicar para cumplir con las exigencias de calidad que los clientes exigen tanto en un servicio o producto, el (SGC) se fundamenta en los procesos de mejora continua. (p. 278)

Por otro lado Pineda (2020), argumenta que el enfoque del sistema de gestión de calidad se basa en la supervisión total para cumplir con las demandas de los clientes, tanto internos como externos, a través de la creación de protocolos pactados y registrados con cada integrante de la entidad que servirán como referencia para lograr metas organizacionales compartidas al mínimo costo posible, utilizando todos los recursos eficientemente, lo que permitirá un progreso constante que dará lugar al éxito comercial. (p. 51)

### 2.2.2. Calidad en el servicio al cliente.

Según las autoras Pincay y Parra (2020), mencionan que gestionar la calidad en el servicio al cliente se basa en atender los siguientes factores: la evidencia física, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía, es decir; la calidad del servicio se vincula con la impresión que tiene el consumidor sobre el producto o servicio adquirido. Además, si el servicio o producto es de buena calidad, también está relacionado con las características físicas, abarcando el beneficio que se recibe a cambio del costo pagado. (p. 1127)

La administración de la calidad se fundamenta no solo en cumplir con las demandas y aspiraciones que tiene el consumidor respecto a los bienes o servicios brindados, sino también en la optimización de la entidad donde el personal debe concentrarse en alcanzar todas las metas corporativas y, de este modo, poder atender a sus clientes adecuadamente. (Zavala y Vélez, 2020, p. 277)

### 2.2.3. Importancia de la calidad en el turismo.

Según Huayta (2021), indica que las evaluaciones sobre la calidad total de los servicios ofrecidos por las agencias de viajes se ven notablemente afectadas por elementos como la falta de formalidad y el escaso porcentaje (9,7%) de agencias que implementan

buenas prácticas y/o tienen sistemas de gestión de calidad. De ahí que sea esencial comprender la conexión entre la calidad total del servicio y la productividad de las empresas.

Por otro lado Bento et. al. (2019), menciona que los elementos que afectan la calidad de los servicios en el ámbito turístico, visto desde el punto de vista del consumidor, resaltan aspectos como el servicio al cliente, la competencia profesional y la gestión de quejas; estas tres características impactan ya sea de manera favorable o desfavorable, en la percepción de calidad del servicio por parte del turista. (p. 38)

## 2.3. Servicio al Cliente

### 2.3.1. Definición del servicio al cliente.

La atención al cliente se basa en poder solucionar los problemas, identificar las quejas y dar soporte técnico, dependiendo del tipo de servicio que se ofrezca. Este tipo de servicio que estar en cualquier tipo de negocio, ya que cumple un papel importante en parte de la postventa. (Bengochea, 2024)

Según Cardoza (2025), indica que “la atención al cliente es una área importante ya que permite conocer la experiencia que tienen de un servicio o producto, por lo tanto se genera una base sólida de clientes fidelizados con el negocio”.

### 2.3.2. Importancia del servicio al cliente.

Martínez et al.(2022), menciona que la importancia radica en conocer la experiencia del cliente, para ello las organizaciones debe tomar en cuenta aspectos como el talento humano se ofrece tal atención, porque un servicio basado en calidad permite aumentar la productividad. Por eso el cliente tiene el papel más importante en una empresa es por medio el cual se conoce la demanda de un producto servicio.

### 2.3.3. Servicio al cliente en el turismo.

Según Martelo-Gómez et al (2020), menciona que la atención al cliente en el ámbito turístico es una actividad que requiere interacción y que se basa en la entrega de servicios no materiales, donde la percepción de calidad por parte del cliente depende de la disposición del equipo, las instalaciones disponibles y la habilidad de la organización para satisfacer las demandas del viajero.

El servicio al cliente en el sector turístico abarca todas las acciones y tácticas que una compañía de viajes pone en práctica para cumplir con las demandas y esperanzas del viajero antes, durante y después de su experiencia turística, buscando así fomentar la fidelidad y la distinción en el mercado. (Pilatuña , 2024)

## 2.4. Turismo local

### 2.4.1. Definición y características del turismo local.

#### *2.4.1.1. Definición de turismo local.*

El turismo interno implica que personas se muevan dentro de su nación o área hacia lugares cercanos, con objetivos recreativos, culturales o de entretenimiento, lo cual ayuda al progreso económico y social de la comunidad que los recibe (Ramírez , 2019).

Por otro lado Ramírez et. al. (2020), indica que “el turismo local se refiere a las experiencias turísticas llevadas a cabo por los habitantes en su propio país, fomentando la economía local, la cultura propia y el bienestar del lugar”.

#### *2.4.1.2. Característica del turismo local.*

Según Sabando et. al. (2022), menciona las siguientes características del turismo local:

- Cercanía geográfica: Se lleva a cabo en la misma zona o nación donde reside el viajero.

- Costos reducidos: Normalmente, conlleva desembolsos inferiores en comparación con el turismo internacional.
- Efecto en la economía local: Apoya de forma directa a negocios, alojamientos, restaurantes y emprendedores de la zona.
- Fomento de la identidad cultural: Permite a los habitantes apreciar y reconocer su propio legado cultural y natural.
- Accesibilidad: No precisa de procesos migratorios ni documentación adicional como pasaportes o visas.
- Sostenibilidad: Minimiza la huella de carbono en comparación con los desplazamientos a larga distancia.
- Variedad de actividades: Abarca turismo de aventura, gastronómico, cultural, rural y ecológico.
- Mayor flexibilidad: Facilita escapadas de fin de semana o viajes breves sin necesidad de una extensa planificación.

### 2.4.2. Importancia del turismo local para el desarrollo rural.

Según Quiñónez-Bedón et. a. (2019), menciona que el turismo local es fundamental para el avance de áreas rurales, puesto que impulsa una variedad de actividades económicas, crea puestos de trabajo y refuerza la identidad cultural de las localidades, favoreciendo la sostenibilidad y la protección de los legados naturales y culturales.

El turismo local ayuda al crecimiento del campo al fomentar los negocios, mejorar las instalaciones y generar trabajos fuera de la agricultura, lo que permite que las localidades conserven sus costumbres tradicionales y a la vez obtengan ventajas económicas del área turística. (Potente et al., 2023)

### 2.4.3. Perfil del turista local en zonas rurales.

El perfil del turista local en zonas rurales se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Motivación principal: Busca contacto con la naturaleza, descanso, experiencias culturales o actividades recreativas al aire libre.
- Edad: Varía, pero comúnmente incluye familias, adultos jóvenes y personas mayores que buscan tranquilidad.
- Nivel socioeconómico: Medio y medio-alto, con interés en experiencias accesibles y auténticas.
- Frecuencia de viaje: Realiza escapadas cortas, generalmente durante fines de semana o feriados.
- Medio de transporte: Uso frecuente de vehículo propio o transporte público interprovincial.
- Gasto promedio: Moderado, con preferencia por alojamiento económico o turismo comunitario.
- Tipo de alojamiento: Prefiere hostales, cabañas, casas de familia o eco-lodges.
- Intereses principales: Turismo ecológico, agroturismo, gastronomía local, senderismo y cultura.
- Nivel de planificación: Realiza viajes espontáneos o con poca antelación.
- Uso de tecnología: Utiliza redes sociales y aplicaciones para buscar información y reservar experiencias.

## 2.5. Marco Conceptual

A continuación, se presentan los principales conceptos relacionados con la propuesta de un Sistema de Gestión de Calidad Kaizen:

Turismo local: Actividad recreativa que se lleva a cabo dentro de una misma área geográfica o nación, fomentando la economía y la sostenibilidad de las comunidades locales.

Turismo rural: Tipo de turismo que tiene lugar en áreas campestres y pretende fusionar la actividad turística con la vida diaria, tradiciones y la economía de la zona.

Servicio al cliente en turismo: Conjunto de tácticas y métodos diseñados para asegurar la satisfacción de los visitantes, creando experiencias agradables y lealtad hacia la marca.

Gestión de calidad: Estrategia estructurada para mejorar tanto la eficacia como la satisfacción del cliente en una entidad a través de normas de calidad.

Kaizen: Enfoque japonés sobre la mejora continua que se basa en la modificación de procesos a través de pequeñas modificaciones constantes para aumentar la eficacia y calidad.

Sistema de Gestión de Calidad (SGC): Grupo de políticas, procedimientos y procesos documentados que buscan asegurar la mejora constante y la contento del cliente.

Experiencia del cliente: Impresión y grado de satisfacción de los visitantes con respecto a los servicios que reciben, fundamentada en su relación con la empresa y los productos ofrecidos.

Mejora continua: Proceso repetitivo que tiene como objetivo perfeccionar la calidad del servicio al identificar y solucionar deficiencias en la atención al cliente.

Sostenibilidad en el turismo: Métodos que favorecen un desarrollo turístico que respete el medio ambiente, promueva el bienestar social y estimule el desarrollo económico.

## 2.6. Marco Legal

Se detallan las principales leyes y normativas que pueden aplicarse en el proyecto:

### 2.6.1. Ley Orgánica de Turismo.

Establece un marco para el crecimiento del turismo en Ecuador, promoviendo prácticas sostenibles, la excelencia en los servicios turísticos y el uso adecuado de los recursos naturales. Esta legislación regula la creación y funcionamiento de empresas turísticas, incluidas las fincas agroturísticas, y fija criterios para asegurar la calidad del servicio al cliente y la administración en el sector turístico.

### 2.6.2. Código de la Producción, Comercio e Inversiones.

Norma que regula las actividades comerciales y productivas en el país, sentando las bases para el establecimiento de empresas en varios sectores, incluido el turístico. La Finca Agro-Turística el Picaflor debe adherirse a las regulaciones de este código para poder operar legalmente.

### 2.6.3. Normas ISO 9001:2015 (Sistema de Gestión de Calidad).

Las pautas internacionales ISO 9001 ofrecen criterios para implementar un Sistema de Gestión de Calidad en diferentes tipos de organizaciones, entre ellas las fincas agroturísticas. El proyecto debe estar en conformidad con estas normas para asegurar la mejora constante de la calidad del servicio a los clientes y cumplir con los estándares globales.

### 2.6.4. Reglamento del Ministerio de Turismo.

Establece reglas para las actividades turísticas en Ecuador y proporciona directrices para los proveedores de servicios turísticos. Este reglamento aborda temas como licencias, calidad del servicio, seguridad, sostenibilidad y comportamientos éticos en el sector.

### 2.6.5. Ley Orgánica del Ambiente.

Normativa que asegura la protección y conservación del entorno, garantizando prácticas sostenibles en las actividades productivas y turísticas. Dado que la Finca Agro-Turística el Picaflor está situada en un área rural, debe cumplir con las regulaciones ambientales relacionadas con el uso de recursos naturales, gestión de desechos y conservación del medio ambiente.

### 2.6.6. Normas de Seguridad y Salud Ocupacional.

Estas normas obligan a las empresas a adoptar políticas y procedimientos que aseguren la salud y seguridad de empleados y visitantes. La Finca Agro-Turística el Picaflor necesita ajustarse a las normativas sobre la seguridad de los visitantes y las condiciones laborales para su personal.

### 2.6.7. Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad Laboral.

Establece iniciativas para atraer inversión en sectores estratégicos como el turismo y la agroindustria. Esta ley es relevante para el proyecto si se buscan incentivos o apoyo gubernamental que ayuden a mejorar la infraestructura y la calidad del servicio en el ámbito agroturístico.

### 2.6.8. Ley de Protección al Consumidor.

Establece normas para la protección y los derechos de los consumidores en todos los ámbitos, abarcando también el sector turístico. Esta normativa es clave para asegurar que la atención al cliente en la finca agroturística se ajuste a las expectativas de calidad de los visitantes locales, y que se respeten sus derechos en todo momento.

# CAPÍTULO III

# MARCO METODOLÓGICO

## 3.1. Tipo de investigación

### 3.1.1. Según el propósito.

#### *3.1.1.1. Aplicada.*

Según Castro et. al. (2023), menciona que la investigación aplicada, por su parte, se enfoca en reconocer necesidades, dificultades u oportunidades en el entorno para, más tarde, utilizar conocimientos y atender estas exigencias mediante la utilización del método científico. (p. 147)

Por tal motivo, el proyecto es de investigación aplicada porque se propone una respuesta para optimizar la atención al cliente en la Finca Agro-Turística el Picaflor a través de la adopción del sistema de gestión de calidad Kaizen.

### 3.1.2. Según la manipulación de las variables.

#### *3.1.2.1. Cuasiexperimental.*

Según Ramos (2021) menciona que en esta parte del diseño de la investigación experimental, hay dos subniveles de la variable independiente: un grupo experimental que recibe la intervención y un grupo de control que no tiene intervención. Lo significativo de este tipo de estudio es que la asignación a los grupos de intervención no se realiza de manera aleatoria.(p. 5)

Por tal motivo, la investigación es experimental, en donde se realiza la aplicación de una propuesta de sistema de gestión de calidad enfocado en la filosofía Kaizen; donde se analiza el impacto atención que tendrá su uso en el servicio de al cliente, pero sin alterar las variables.

### 3.1.3. Según el tiempo de duración

#### *3.1.3.1. Transversal.*

Fernández et al. (2014), menciona que “los estudios de tipo transversal obtienen información en un instante específico.  Su objetivo es detallar variables y examinar su influencia y conexión en un momento particular” (p. 154).

El proyecto es transversal, dado que se realizará en la primera mitad de 2025, esto significa que será en un intervalo específico y no durante muchos años, lo que sugiere que la información será recopilada en un instante determinado.

## 3.2. Enfoque

### 3.2.1. Cuantitativo.

Según Aguilar y Villabo (2023) , indica que “la investigación cuantitativa hoy en día es un enfoque de estudio que emplea información, variables y muestras numéricas con el fin de obtener conclusiones sobre un asunto particular”.

El proyecto utiliza un método cuantitativo, centrado en la obtención y examen de datos cuantificables para medir los efectos de la puesta en marcha del sistema de gestión de calidad Kaizen en la atención al cliente. Mediante cuestionarios organizados y medidas de rendimiento, se estudiarán factores como la satisfacción de los clientes, los tiempos de respuesta y la eficacia operativa. Esto facilitará la obtención de resultados concretos y comparables que apoyen las decisiones para el avance continuo en la Finca Agro-Turística El Picaflor.

## 3.3. Herramientas metodológicas

### 3.3.1. Control de calidad y mejora continua.

Según Diaz y Salazar (2021), argumenta que a lo largo del tiempo, las ideas y conceptos relacionados con la calidad han cambiado para proteger todo el procedimiento de

producción del producto. Esto posibilita de manera más extensa, administrar toda la actividad de una empresa que busca diferenciarse a través de la innovación y la búsqueda de un progreso constante a largo plazo. (pp. 21-22)

La cultura de la mejora constante implica implementar diariamente, tanto en lo individual como en lo grupal, pequeñas optimizaciones que conviertan los entornos laborales en espacios más agradables, seguros y eficientes (Diaz y Salazar , 2021, p. 23).

Por tal motivo, esta herramienta se conecta con el método de gestión de calidad Kaizen, pues persigue el avance constante en la atención al cliente en la Finca Agro-Turística El Picaflor. Mediante este método, se podrán llevar a cabo tácticas para perfeccionar el servicio al cliente mediante la supervisión de procesos, encuestas de satisfacción y el análisis de los efectos de las mejoras implementadas.

## 3.4. Técnicas de investigación

### 3.4.1. Instrumentos variable independiente y dependiente.

#### *3.4.1.1. Encuesta.*

Se llevó a cabo una encuesta organizada entre los visitantes de la finca, con el objetivo de determinar su grado de satisfacción con el servicio proporcionado. El mismo que tendrá un formato de cuestionario el cual estará diseñado para analizar la atención brindada al turista, la rapidez en las respuestas, la cordialidad del equipo y la experiencia total en la finca.

## 3.5. Estudios iniciales

### 3.5.1. Identificación de variables.

Tabla 2. Matriz de identificación de variables

| CAUSAS | | CONSECUENCIAS |
|---|---|---|
| • Insuficiencia de métodos para el desarrollo sostenible.<br>• Inexistencia de un sistema organizado para la mejora de la calidad del servicio en la Finca Agro-Turística el Picaflor.<br>• Inadecuado servicio al cliente y deficiente comunicación de los indicadores de calidad y atención.<br>• Carencia de una estructura organizativa que promueva el avance constante y la optimización de los procesos. | A: Finca Agro-Turística el Picaflor<br><br>Q: Turismo en las zonas rurales<br><br>P: Servicio al cliente deficiente | • Reducción en la habilidad de mantener clientes, obtener reseñas positivas y atraer a nuevos visitantes.<br>• Experiencias frustrantes y negativas para los turistas, limitando las probabilidades de su regreso.<br>• Impacto desfavorable en la reputación y competitividad de la finca.<br>• Dificultad para los empleados al proporcionar un servicio que cumpla con altos estándares de calidad.<br>• Falta de un procedimiento de mejora continua que les permita alcanzar resultados significativos para la finca. |
| **APORTE** | | |
| Propuesta de un sistema de gestión de calidad Kaizen para el servicio al cliente. | | |
| **VARIABLES** | | |
| **1.** Variable Independiente: Servicio del cliente deficiente | | |
| **2.** Variable Dependiente: Propuesta de sistema de gestión de calidad Kaizen | | |
| **3.** EXPERIMENTAL | | |

### 3.5.2. Matriz de operacionalización de las variables.

Tabla 3. Matriz operacional de variables

| Matriz de operacionalización de variables | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Título: Propuesta de un sistema de gestión de calidad Kaizen para el servicio al cliente enfocado en el turismo local de zonas rurales que atiende a la Finca Agro-Turística el Picaflor durante el primer semestre de 2025. | | | | | |
| **VARIABLES** | **DEFINICIÓN CONCEPTUAL** | **DEFINICIÓN OPERACIONAL** | **DIMENSIONES (COMO SE MIDE )** | **INDICADORES (NÚMERO, SITUACIÓN, CONDUCTA, ALGO QUE INDICA, REFLEJA)** | **ÍTEMS** |
| Variable Dependiente: Propuesta de sistema de gestión de calidad Kaizen | 1. Según los autores Gorotiza y Romero (2021), mencionan que el sistema de gestión de calidad (SGC) se fundamenta en una seria de principios que la organización o empresa deben aplicar para cumplir con las exigencias de calidad que los clientes exigen tanto en un servicio o producto, el (SGC) se fundamenta en los procesos de mejora continua. (p. 278)<br><br>2. Por otro lado Pineda (2020), argumenta que el enfoque del sistema de gestión de calidad se basa en la supervisión total para cumplir con las demandas de los clientes, tanto internos como externos, a través de la creación de protocolos pactados y registrados con cada integrante de la entidad que servirán como referencia para lograr metas organizacionales compartidas al mínimo costo posible, utilizando todos los recursos eficientemente, lo que permitirá un progreso constante que dará lugar al éxito comercial. (p. 51) | La variable independiente se medirá como los siguientes instrumentos:<br><br>• Encuesta: Realización de cuestionarios con preguntas cerradas. | • Escala: Respuestas dicotómicas (Sí/No/Algo, Sí/No/No Aplica)<br>• Escala: Likert de 5 niveles (Nada eficaz - Totalmente eficaz)<br>• Escala: Respuesta de opción múltiple (Atención al cliente, Actividades turísticas, etc.)<br>• Escala: Likert de 5 niveles ( Mala idea - Excelente idea) | • Participación del personal<br>• Número de mejoras implementadas<br>• Reducción de tiempos de espera<br>• Percepción de mejoras en el servicio por parte del cliente<br>• Implementación de un sistema de retroalimentación | 8 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 8 | 3. Según Polo et al. (2020), indican que el Kaizen o mejora continua es una forma de administrar que provoca transformaciones o ligeras mejoras progresivas en la forma de trabajar o en los procedimientos laborales, lo cual ayuda a disminuir desperdicios y, como resultado, optimizar el desempeño laboral, llevando a la entidad hacia un ciclo de innovación continua. (p. 22) | | | | |
| Variable Independiente: Servicio de atención al cliente deficiente | 1. La atención al cliente se basa en poder solucionar los problemas, identificar las quejas y dar soporte técnico, dependiendo del tipo de servicio que se ofrezca. Este tipo de servicio que estar en cualquier tipo de negocio, ya que cumple un papel importante en parte de la postventa. (Bengochea, 2024)<br><br>2. Según (Cardozo, 2025), indica que la atención al cliente es una área importante ya que permite conocer la experiencia que tienen de un servicio o producto, por lo tanto se genera una base sólida de clientes fidelizados con el negocio. | La variable dependiente se medirá con los siguientes instrumentos:<br><br>• Encuesta: Realización de cuestionarios con preguntas cerradas. | • Escala: Likert de 5 niveles (Muy mala - Excelente)<br>• Escala: Rango de tiempo (Menos de 5 min - Más de 20 min)<br>• Escala: Likert de 5 niveles (Muy insatisfecho - Muy satisfecho) | • Índice de satisfacción del cliente<br>• Incremento en el número de turistas<br>• Tiempo promedio de espera<br>• Evaluación de la calidad del servicio recibido<br>• Evaluación de la eficiencia del personal | 16 |
| 16 | | | | | |

### 3.5.3. Criterios y exclusión.

#### *3.5.3.1. Trabajadores de la finca.*

Tabla 4. Criterio y exclusión de turistas

| Criterios de Inclusión | Criterios de Exclusión |
|---|---|
| 1. Ser mayor de 18 años.<br>2. Haber visitado la Finca Agro-Turística el Picaflor en el primer semestre de 2025.<br>3. Aceptar participar en el estudio<br>4. Tener disponibilidad para responder encuestas. | 1. Ser menor de 18 años.<br>2. No haber visitado la finca en el primer semestre de 2025.<br>3. No aceptar participar en el estudio<br>4. No estar disponible para responder encuestas. |

### 3.5.4. Muestreo: Muestreo no probabilístico, convencional y deliberado.

Para establecer cuántas encuestas se llevarían a cabo en la Finca Agro-Turística el Picaflor, se aplicó un muestreo no aleatorio de carácter convencional y deliberado. Esta metodología facilitó la elección de una muestra que reflejara adecuadamente ciertos criterios vinculados con el número de visitantes y la factibilidad de la investigación.

La muestra fue calculada teniendo en cuenta el número promedio de visitantes mensuales a la finca, que es de 60 turistas Utilizando el sistema web SurveyMonkey, se determina que el número correcto de encuestas era de 53 personas. Este total fue definido con la intención de obtener información relevante y confiable sobre cómo perciben los turistas la calidad del servicio, el trato del personal y su experiencia general en la finca. Así, los datos recopilados fueron esenciales para evaluar la satisfacción del cliente y el desempeño operativo del personal, dentro del contexto del sistema de gestión de calidad Kaizen propuesto.

Tabla 5. Muestra

| Población | Método de Muestreo | Tamaño de la Muestra | Características de la Muestra |
|---|---|---|---|
| Visitantes de la Finca Agro-Turística el Picaflor | Muestreo no probabilístico, convencional | 53 turistas | Muestra representativa de los clientes que visitan la finca cada mes, seleccionados para evaluar su satisfacción con el servicio. |




Figura 2. Cálculo de la muestra

## 3.6. Desarrollo

La creación de una propuesta para implementar un sistema de gestión de calidad Kaizen en el servicio de atención al cliente de la Finca Agro-Turística el Picaflor tiene como meta la mejora continua de la atención a los visitantes, sustentándose en definiciones y el análisis de las variables estudiadas.

La puesta en práctica del sistema Kaizen se ejecutará a través de un enfoque participativo con los empleados y se organizará en varias etapas:

### 3.6.1. Etapa 1: evaluación inicial.

Se realizará una revisión inicial del servicio de atención al cliente y los procesos internos de la finca mediante observación directa y diálogos con los empleados. Una lista de verificación será una herramienta esencial en esta etapa, ya que permitirá identificar las áreas clave del servicio y aquellos procesos que requieren mejoras urgentes.

### 3.6.2. Etapa 2: capacitación y concienciación.

Los empleados recibirán formación sobre los conceptos de Kaizen y su relevancia en la mejora de la calidad del servicio al cliente. Esta capacitación irá acompañada de talleres prácticos que sensibilizarán al equipo sobre la importancia de su participación en el proceso de mejora constante.

### 3.6.3. Etapa 3: ejecución de mejoras.

Mediante una lista de verificación, se identificarán las áreas específicas que requieren mejoras y se definirán acciones concretas. Por ejemplo, si se detecta que los tiempos de espera para atención al cliente son altos, se buscarán maneras de mejorar la organización de las visitas. Se tendrán en cuenta las propuestas de los empleados y clientes para realizar los ajustes necesarios.

### 3.6.4. Etapa 4: supervisión y análisis.

Tras la realización de mejoras, se llevará a cabo un seguimiento constante para medir su eficacia. Los instrumentos mencionados anteriormente, como las encuestas de satisfacción y el análisis de la frecuencia de visitas, se aplican periódicamente para evaluar el impacto de los cambios realizados.

### 3.6.5. Etapa 5: modificaciones y realimentación.

Con base en los resultados obtenidos de las encuestas y la revisión de la frecuencia de visitas, se harán ajustes adicionales en los procesos para garantizar que se mantengan los estándares de calidad estipulados por el sistema Kaizen. Además, se promoverá un ciclo de realimentación con los empleados y clientes para asegurarse de que las mejoras sigan siendo efectivas.

### 3.6.6. Lista de verificación del proyecto,

La lista de verificación es fundamental para el seguimiento y la evaluación constante de la calidad del servicio y la implementación de Kaizen. Esta herramienta permitirá comprobar de manera sistemática que se cumplen las pautas establecidas en cada fase del proyecto. Se usará la lista tanto para observar directamente los procesos como para hacer un seguimiento de las mejoras realizadas, asegurando que cada etapa esté alineada con el objetivo de mejora continua.

El plan de implementación del sistema Kaizen se llevará a cabo a través de un proceso organizado, donde la participación de los trabajadores y las opiniones de los clientes serán esenciales para la mejora continua del servicio de atención al cliente en la Finca Agro-Turística el Picaflor. La utilización de herramientas de medición y una evaluación constante permitirá ajustar el sistema Kaizen y optimizar la experiencia del cliente a lo largo del proyecto.

# CAPÍTULO IV

# RESULTADOS Y DISCUSIÓN

## 4.1. Diagnóstico de la satisfacción del cliente y eficiencia del personal de la finca

Se realizó un análisis detallado sobre la satisfacción de los clientes y la efectividad del personal en la Finca Agro-Turística El Picaflor. Para ello, se elaboró y distribuyó un formulario dirigido a los turistas que visitaron la finca, lo que permitió obtener información esencial sobre su vivencia, percepción del servicio brindado y grado de satisfacción. Esta herramienta permitió identificar tanto los aspectos positivos como las áreas que requieren mejora en la atención al cliente, las instalaciones y la calidad. de los servicios proporcionados son la base para desarrollar estrategias dentro del sistema Kaizen de gestión de calidad, asegurando un enfoque constante en la mejora del servicio y la experiencia de los visitantes.

### 4.1.1. Análisis de la encuesta

En este apartado se realiza el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta denominada Cuestionario para Evaluación de la Satisfacción del Cliente y la Eficiencia del Personal en la Finca Agro-turística El Picaflor. Esta herramienta fue creada con el propósito de analizar la experiencia de los visitantes en la finca y se compone de tres secciones fundamentales: la primera incluye datos generales del cliente, brindando información demográfica importante; la segunda evalúa el grado de satisfacción con el servicio prestado; y la tercera investiga la percepción sobre la calidad del servicio dado.

## Sección 1: Datos generales del cliente

### Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

Tabla 6. Edad del encuestado

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| 18-25 años | 16 | 30,2% |
| 26-35 años | 15 | 28,3% |
| 36-45 años | 14 | 26,4% |
| 46-55 años | 7 | 13,2% |
| Mas de 55 años | 1 | 1,9% |
| Total | 53 | 100,0% |

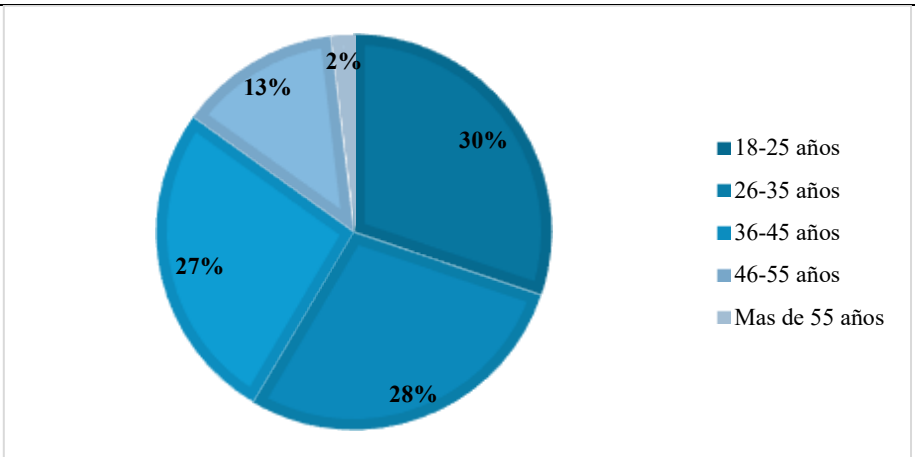



Figura 3. Edad

Interpretación: Los hallazgos de la primera pregunta del cuestionario, relacionados con la edad de los participantes, permiten determinar el grupo etario mayoritario entre quienes recorren la Finca Agro-Turística El Picaflor. De acuerdo con la información, el grupo de edad más significativo es el que se encuentra entre 18 y 25 años, que representa el 30,2% del total, seguido de los grupos de 26 a 35 años (28,3%) y de 36 a 45 años (26,4%). Juntos, estos tres grupos abarcan el 85% de los encuestados, lo que sugiere que la mayoría de los turistas son adultos jóvenes y personas en su etapa laboral. Por otro lado, las franjas de 46 a 55 años (13,2%) y de más de 55 años (1,9%) muestran una menor representación. Esta distribución de edad indica que las estrategias para mejorar el servicio deben centrarse en las preferencias, necesidades y expectativas del público joven y adulto, quienes son el principal grupo de clientes de la finca.

## Pregunta 2: ¿Cuál es su género?

Tabla 7. Genera del encuestado

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Masculino | 31 | 58,5% |
| Femenino | 22 | 41,5% |
| Prefiero no decirlo | 0 | 0,0% |
| Total | 53 | 100,0% |

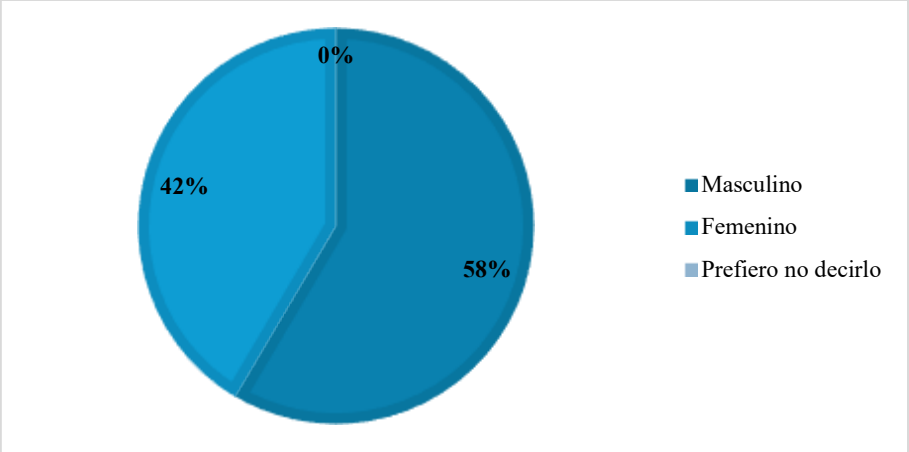



Figura 4. Genero

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 2 indican que el 58,5% de las personas encuestadas que acudieron a la Finca Agro-Turística El Picaflor se identifican como hombres, mientras que el 41,5% son mujeres. No hubo respuestas en la opción "Prefiero no decirlo", lo que sugiere que todos los encuestados se mostraron dispuestos a proporcionar esta información. Este nivel de mayoría de visitantes masculinos sugiere que, aunque hay una participación bastante equilibrada entre los géneros, las tácticas de atención y mejora en el servicio podrían integrar aspectos diferentes que responden a las potenciales preferencias y requisitos de ambos sexos, para así ofrecer una experiencia más adaptada y satisfactoria para todos los usuarios.

### Pregunta 3: ¿Cuál es su estado civil?

Tabla 8. Estado civil del encuestado

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Soltero (a) | 32 | 60,4% |
| Casado (a) | 13 | 24,5% |
| Divorciado (a) | 4 | 7,5% |
| Unión libre | 4 | 7,5% |
| Viudo (a) | 0 | 0,0% |
| Total | 53 | 100,0% |

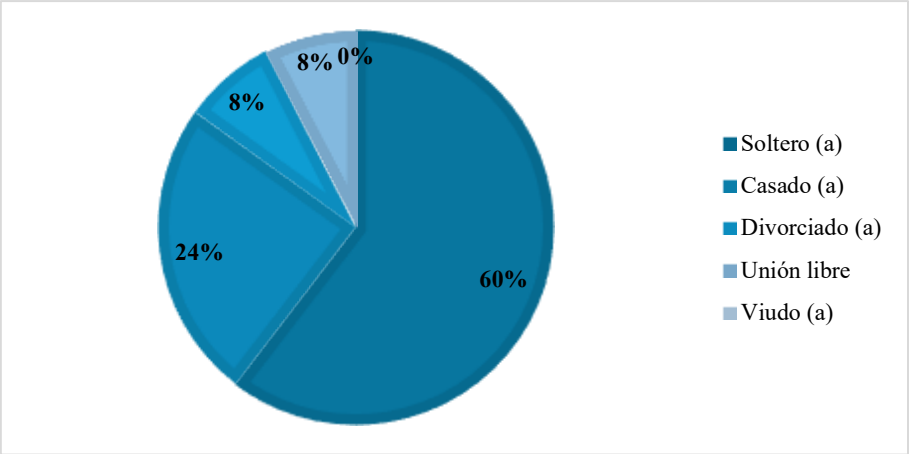



Figura 5. Estado civil

Interpretación: Según los hallazgos de la Pregunta 3, la mayor parte de quienes acudieron a la Finca Agro-Turística El Picaflor son solteros, lo que representa el 60,4% del total. A continuación, están los casados, con un 24,5%, mientras que aquellos en unión libre y los divorciados tienen un porcentaje idéntico del 7,5%. No hubo visitantes que se identificaran como viudos. Esta información sugiere que el perfil predominante de los clientes está compuesto por personas solteras, lo que podría relacionarse con una mayor disponibilidad de tiempo y flexibilidad para participar en actividades recreativas o turísticas. Este perfil puede guiar la creación de experiencias y servicios destinados a grupos de amigos, viajeros jóvenes o turistas individuales, sin olvidar las necesidades de los otros segmentos presentes.

## Pregunta 4: ¿Es la primera vez que visita la Finca Agro-Turística el Picaflor?

Tabla 9. Frecuencia de visita a la finca El Picaflor

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Sí | 40 | 75,5% |
| No | 13 | 24,5% |
| Total | 53 | 100,0% |

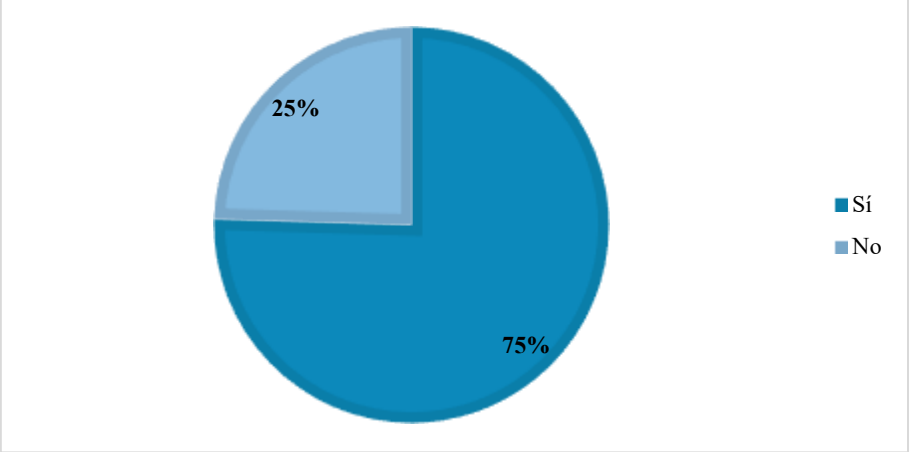



Figura 6. Frecuencia de visita

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 4 revelan que el 75,5% de las personas encuestadas estaba en la Finca Agro-Turística El Picaflor por primera vez, mientras que el 24,5% ya había visitado antes el lugar. Este dato sugiere que una gran parte del público está compuesta por nuevos visitantes, lo que presenta una oportunidad para cultivar la lealtad de los clientes al ofrecerles una experiencia gratificante desde su entrada. Además, el 24,5% de los asistentes que regresaron indica que hay elementos positivos que alientan su retorno, lo que representa una señal favorable en cuanto a la calidad del servicio. Esta proporción de visitantes nuevos y antiguos debería tenerse en cuenta al diseñar estrategias de mejora continua, con el fin de aumentar la retención de clientes y promover recomendaciones mediante el boca a boca.

### Pregunta 5: ¿De qué lugar proviene?

Tabla 10. Localidad del encuestado

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Local (Zonas rurales cercanas) | 35 | 66,0% |
| Nacional | 15 | 28,3% |
| Internacional | 3 | 5,7% |
| Total | 53 | 100,0% |

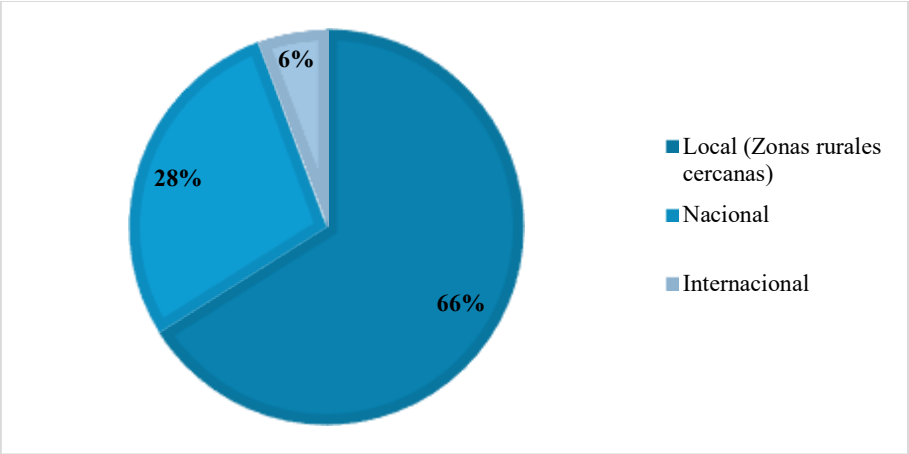



Figura 7. Localidad

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 5 muestran que la mayoría de los visitantes de la Finca Agro-Turística El Picaflor son de áreas rurales cercanas, representando el 66,0% del total encuestado. Un 28,3% son turistas que llegan de otras partes del país, mientras que solo un 5,7% es de fuera. Esta distribución resalta que la finca posee una fuerte influencia y reconocimiento local, siendo un sitio muy visitado por los residentes de la zona. Sin embargo, también se nota una oportunidad de expansión en los mercados nacionales e internacionales, lo que implica que, a través de promociones y colaboraciones con agencias de turismo, se podría ampliar su alcance y atraer a una audiencia más variada, estableciendo la finca como un referente del turismo rural tanto dentro como fuera del país.

## Sección 2: Satisfacción con el servicio

### Pregunta 6: ¿Cómo calificaría la amabilidad del personal que le atendió?

Tabla 11. Calificación de la amabilidad del personal

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Muy mala | 0 | 0,0% |
| Mala | 1 | 1,9% |
| Regular | 2 | 3,8% |
| Buena | 27 | 50,9% |
| Excelente | 23 | 43,4% |
| Total | 53 | 100,0% |

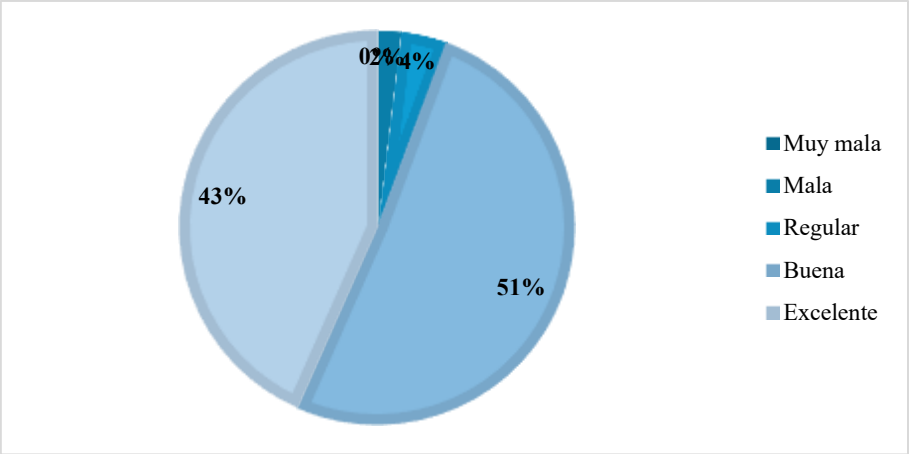



Figura 8. Amabilidad del personal

Interpretación: Los datos obtenidos en la Pregunta 6 muestran una opinión mayormente favorable de los visitantes sobre la cordialidad del equipo en la Finca Agro-Turística El Picaflor. Un 50,9% de los participantes evaluó el servicio como “bueno” y un 43,4% como “excelente”, sumando un total del 94,3% de valoraciones positivas. Solo una pequeña porción expresó opiniones regulares (3,8%) o malas (1,9%), y no hubo respuestas en la categoría de “muy mala”. Estos hallazgos indican un elevado grado de satisfacción con el trato del personal, lo que representa una fortaleza importante en la experiencia del cliente. Sin embargo, los pocos casos de valoraciones negativas deben verse como oportunidades de mejora, para así sostener y aumentar los estándares de servicio siguiendo el enfoque de mejora continua que propone el sistema de gestión de calidad Kaizen.

### Pregunta 7: ¿Cómo calificaría la rapidez del servicio recibido?

Tabla 12. Calificación de la rapidez de la atención del servicio

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Muy mala | 1 | 1,9% |
| Mala | 0 | 0,0% |
| Regular | 2 | 3,8% |
| Buena | 29 | 54,7% |
| Excelente | 21 | 39,6% |
| Total | 53 | 100,0% |

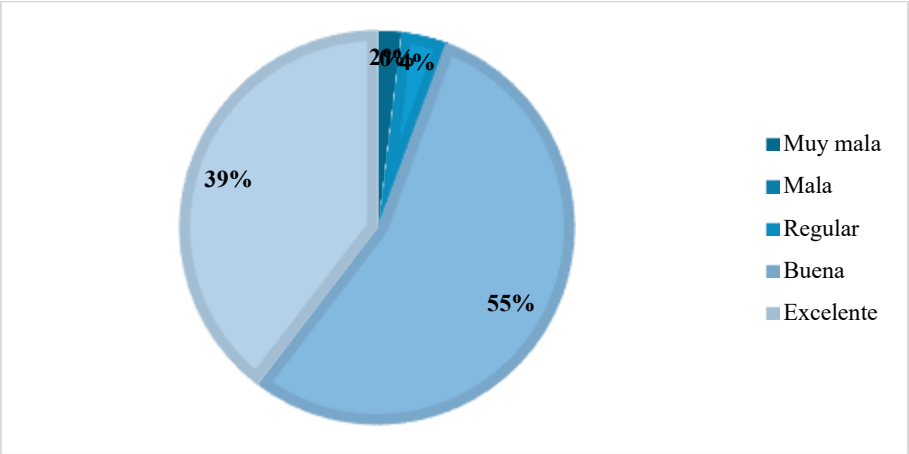



Figura 9. Atención del servicio

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 7 revelan que la gran mayoría de los visitantes tuvieron una opinión positiva sobre la velocidad del servicio en la Finca Agro-Turística El Picaflor. Un 54,7% de los participantes evaluó la atención como “buena” y un 39,6% como “excelente”, lo que suma un total de 94,3% de opiniones favorables. Solo un 3,8% opinó que era “regular” y un 1,9% la evaluó como “muy mala”, sin ninguna respuesta en la categoría de “mala”. Estos resultados indican una gestión del tiempo efectiva en la atención al cliente, un factor clave para crear satisfacción y lealtad. Sin embargo, la existencia de algunas críticas menos positivas indica que hay pequeños espacios para mejorar, que podrían ser abordados mediante capacitaciones puntuales y ajustes operativos en los procesos de servicio, alineados con la filosofía de mejora continua del sistema Kaizen.

## Pregunta 8: ¿Cómo calificaría la limpieza y el orden en las instalaciones?

Tabla 13. Calificación la limpieza y orden de la finca

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Muy mala | 1 | 1,9% |
| Mala | 0 | 0,0% |
| Regular | 2 | 3,8% |
| Buena | 29 | 54,7% |
| Excelente | 21 | 39,6% |
| Total | 53 | 100,0% |

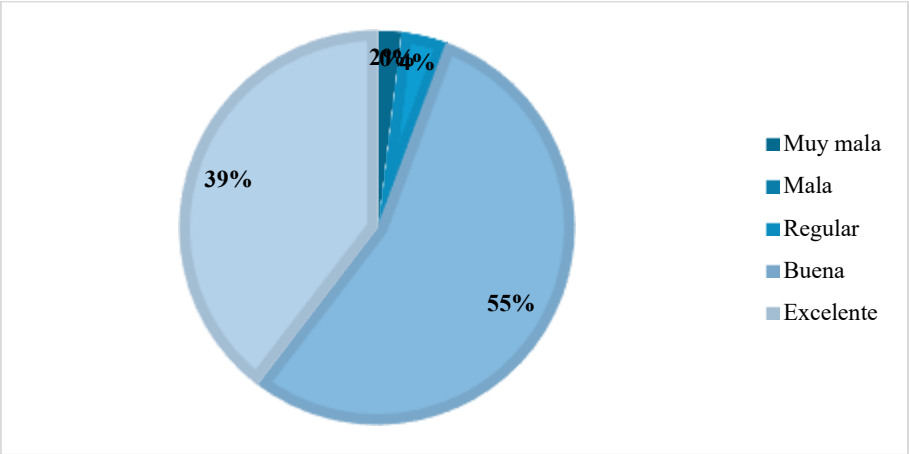



Figura 10. Limpieza y orden de la finca

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 8 indican que una gran parte de los turistas tiene una opinión positiva sobre la limpieza y el orden en la Finca Agro-Turística El Picaflor. El 54,7% de las personas encuestadas evaluó este aspecto como “bueno”, y el 39,6% lo demostró “excelente”, lo que suma un total del 94,3% de valoraciones positivas. Solo un 3,8% lo calificó como “regular”, y un 1,9% lo vio como “muy mala”, sin participación en la opción “mala”. Este análisis demuestra que el entorno de la finca se mantiene en condiciones idóneas para ofrecer una experiencia placentera a los que la visitan. Sin embargo, las opiniones menos positivas, aunque son mínimas, resaltan la necesidad de llevar a cabo una supervisión constante y aplicar acciones correctivas de inmediata, siguiendo el principio Kaizen, que busca la mejora continua en todos los ámbitos, incluyendo la manutención y presentación del entorno.

**Pregunta 9: ¿Cuánto tiempo tuvo que esperar para recibir el servicio solicitado de visita?**

Tabla 14. Tiempo de espera del servicio

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Menos de 5 minutos | 25 | 47,2% |
| 5-10 minutos | 22 | 41,5% |
| 11-20 minutos | 5 | 9,4% |
| Mas de 20 minutos | 1 | 1,9% |
| Total | 53 | 100,0% |

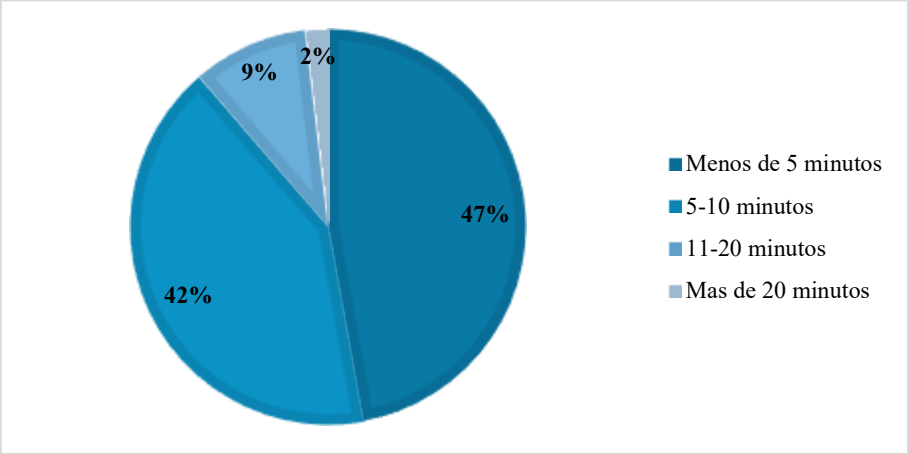



Figura 11. Tiempo de espera del servicio

Interpretación: Los datos recopilados en la pregunta 9 muestran que el lapso de espera para recibir atención en la Finca Agro-Turística El Picaflor, fue en su mayor parte breve y eficaz. Un 47,2% de los encuestados indicó que esperaba menos de 5 minutos, mientras que un 41,5% estuvo en espera entre 5 y 10 minutos. Solo un 9,4% mencionó haber esperado entre 11 y 20 minutos, y tan solo un 1,9% tuvo que esperar más de 20 minutos. Estas cifras evidencian una efectiva capacidad de reacción por parte del equipo, lo que es crucial para la percepción de la calidad del servicio. Sin embargo, es importante revisar los casos donde el tiempo de espera fue más extenso para identificar posibles obstáculos en la atención, a través del enfoque Kaizen, se puedan hacer mejoras que aseguren una experiencia rápida y placentera para todos los visitantes.

**Pregunta 10: ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos (Actividades turísticas)?**

Tabla 15. Calificación de la calidad el servicio

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Muy mala | 0 | 0,0% |
| Mala | 0 | 0,0% |
| Regular | 4 | 7,5% |
| Buena | 30 | 56,6% |
| Excelente | 19 | 35,8% |
| Total | 53 | 100,0% |

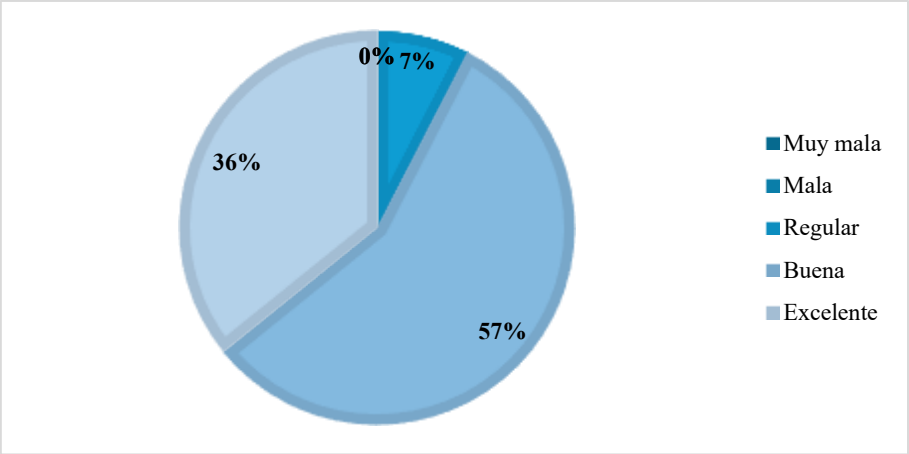



Figura 12. Calidad del servicio

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 10 muestran una visión mayormente favorable sobre la calidad de las experiencias turísticas proporcionadas por la Finca Agro-Turística El Picaflor. Un 56,6% de quienes participaron en la encuesta calificó el servicio como “bueno”, mientras que un 35,8% lo demostró “excelente”, alcanzando así un 92,4% de respuestas positivas. Apenas un 7,5% opinó que el servicio era “regular”, y no se recibieron clasificaciones de “mala” o “muy mala”. Este resultado optimista sugiere que las actividades turísticas satisfacen las expectativas de la mayoría de los visitantes, lo que refuerza la reputación de la finca como un lugar atractivo en el sector del turismo rural. Sin embargo, las evaluaciones intermedias ofrecen una oportunidad para revisar y mejorar de manera continua la oferta turística, ya sea diversificándola o adaptándola a las demandas del público, en línea con los principios del sistema de gestión de calidad Kaizen.

**Pregunta 11: ¿En qué medida el personal respondió de forma eficiente a sus necesidades o problemas?**

Tabla 16. Calificación de respuesta en las necesidades del turista

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Muy insatisfecho | 3 | 5,7% |
| Insatisfecho | 1 | 1,9% |
| Neutral | 5 | 9,4% |
| Satisfecho | 26 | 49,1% |
| Muy satisfecho | 18 | 34,0% |
| Total | 53 | 100,0% |

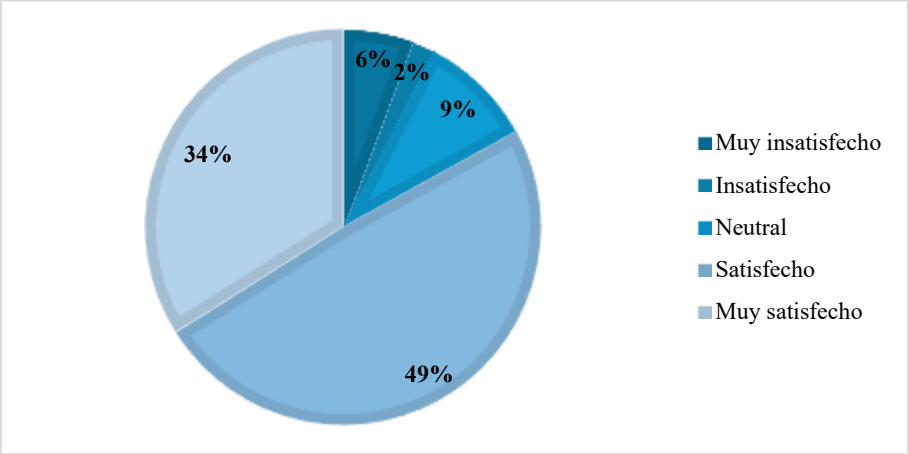



Figura 13. Necesidades del turista

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 11 revelan una contestación generalmente favorable respecto a la capacidad del equipo para abordar las necesidades y dificultades de los turistas en la Finca Agro-Turística El Picaflor. Un 49,1% de los participantes en la encuesta manifestó estar "satisfecho" y un 34,0% indicó que estaba "muy satisfecho", lo cual en total suma un 83,1% de opiniones positivas. Un 9,4% de los encuestados se situó en la categoría "neutral", mientras que un 7,6% mostró niveles de descontento (5,7% “muy insatisfecho” y 1,9% “insatisfecho”). Estos datos enfatizan que la mayoría de los visitantes consideran que el personal fue eficaz en atender sus requerimientos o inconvenientes.

**Sección 3: Percepción sobre la calidad del servicio (modelo kaizen)**

**Pregunta 12: ¿Ha notado mejoras en el servicio durante su visita en comparación con sus visitas anteriores (si aplica)?- (Si es la primera vez que visita la finca escoger no aplica)**

Tabla 17. Calificación de la existencias de mejoras en el servicio

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Sí | 10 | 18,9% |
| No | 3 | 5,7% |
| No aplica | 40 | 75,5% |
| Total | 53 | 100,0% |

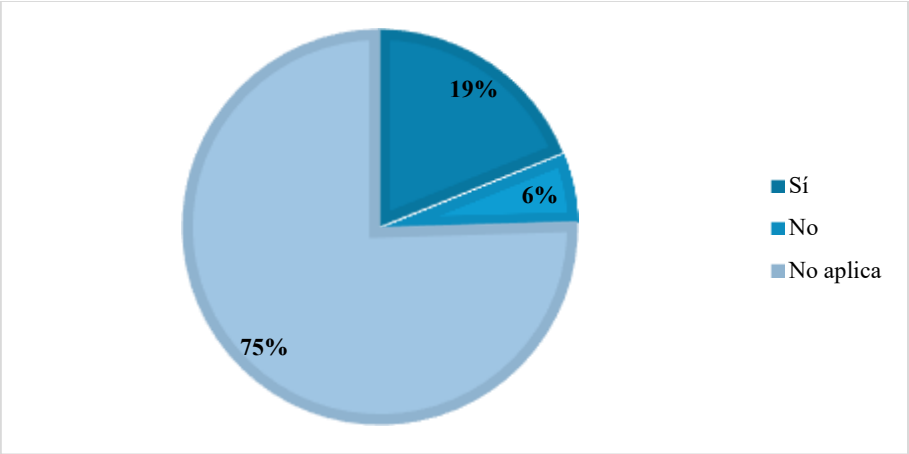



Figura 14. Mejoras en el servicio

Interpretación: Los resultados de la Pregunta 12 indican que el 75,5% de los encuestados seleccionó la opción "No aplica", dado que era su primera visita a la Finca Agro-Turística El Picaflor. Entre los 13 turistas que habían estado allí antes, el 18,9% señaló haber observado mejoras en el servicio en esta ocasión, mientras que un 5,7% indicó que no notaron ningún cambio positivo. Estas cifras sugieren que una parte considerable de los visitantes habituales reconoce avances en la calidad del servicio, lo cual podría ser un indicador talentoso de los esfuerzos continuos de la finca para enriquecer la experiencia del cliente. No obstante, el 5,7% de aquellos que no identifican mejoras también evidencia la necesidad de seguir trabajando en la optimización de los servicios.

**Pregunta 13: ¿Considera que la Finca Agro-Turística el Picaflor tiene un enfoque constante en la mejora continua del servicio?**

Tabla 18. Calificación de existencia de mejora continua en el servicio

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Sí | 43 | 81,1% |
| No | 1 | 1,9% |
| Algo | 9 | 17,0% |
| Total | 53 | 100,0% |

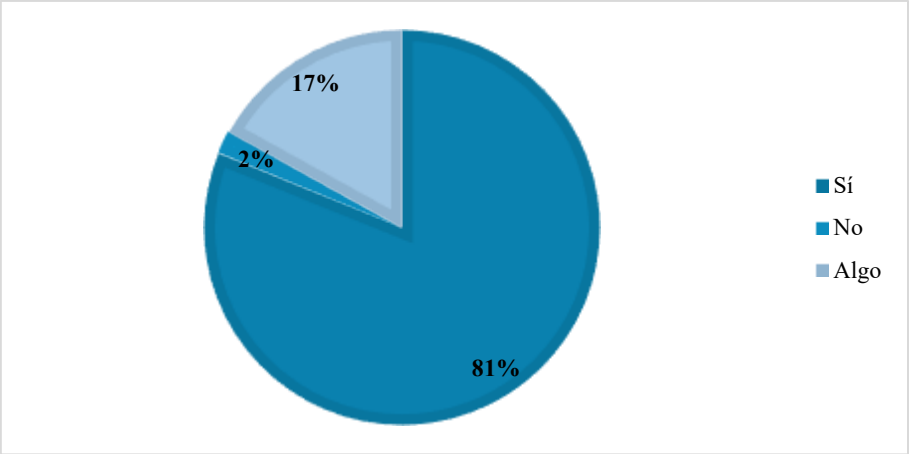



Figura 15. Mejora continua en el servicio

Interpretación: Los resultados de la Pregunta 13 indican que la gran mayoría de los encuestados (81,1%) opina que la Finca Agro-Turística El Picaflor mantiene un enfoque constante en la mejora del servicio. Un 17,0% mencionó que percibe "algo" de este enfoque, lo que implica que, aunque reconocen algunos esfuerzos, posiblemente no los ven del todo consistentes o evidentes. Sólo un 1,9% de los encuestados manifestó que no observa este enfoque. Estas respuestas sugieren que la mayoría de los visitantes valoran positivamente las acciones de mejora implementadas en la finca, lo que podría evidenciar el éxito de las estrategias de calidad y los esfuerzos por conservar y optimizar la experiencia del cliente. Sin embargo, la pequeña cantidad de respuestas menos favorables indica que aún hay espacios para mejorar la percepción general del compromiso hacia la mejora continua, lo que podría abordarse incrementando la visibilidad de las acciones y resultados alcanzados.

**Pregunta 14: ¿Qué tan eficaz cree usted que sería la implementación de un sistema kaizen para mejorar la calidad del servicio?**

Tabla 19. Calificación de la implementación del sistema Kaizen

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Nada eficaz | 1 | 1,9% |
| Poco eficaz | 0 | 0,0% |
| Moderadamente eficaz | 14 | 26,4% |
| Muy eficaz | 28 | 52,8% |
| Totalmente eficaz | 10 | 18,9% |
| Total | 53 | 100,0% |

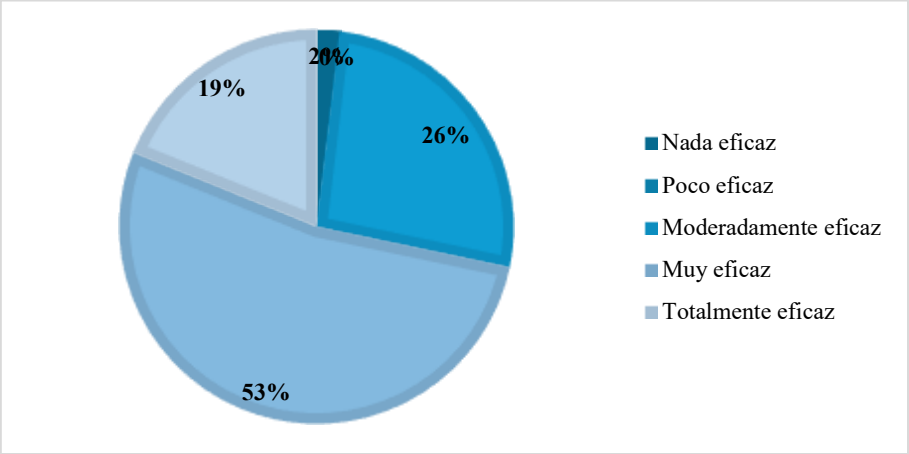



Figura 16. Implementación del sistema Kaizen

Interpretación: Los resultados de la Pregunta 14 muestran una evaluación predominantemente positiva sobre la efectividad de la adopción de un sistema Kaizen para mejorar la calidad del servicio. Un 52,8% de los participantes piensa que el sistema sería "muy eficaz", mientras que un 18,9% cree que sería "totalmente eficaz". En total, un 71,7% de los encuestados tiene una visión favorable sobre la implementación de este enfoque de mejora continua. Además, un 26,4% lo ve como "moderadamente eficaz", lo que también indica una disposición para aplicar el sistema, aunque con ciertas reservas. Solo un 1,9% cree que sería "nada eficaz", lo que demuestra una escasa resistencia o desconfianza hacia este método. Estos resultados sugieren que hay un elevado grado de confianza en la capacidad de Kaizen para mejorar los servicios, lo que podría proporcionar un sólido respaldo para su adopción en la Finca Agro-Turística El Picaflor.

**Pregunta 15: ¿En qué áreas cree que la Finca Agro-Turística el Picaflor debería mejorar? (Marque todas las que apliquen)**

Tabla 20. Áreas de mejora en la finca

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Atención al cliente | 12 | 22,6% |
| Actividades turísticas | 31 | 58,5% |
| Información y orientación | 22 | 41,5% |
| Infraestructura | 16 | 30,2% |
| Total de respuestas | 81 | |
| Total de encuestados | 53 | 100,0% |

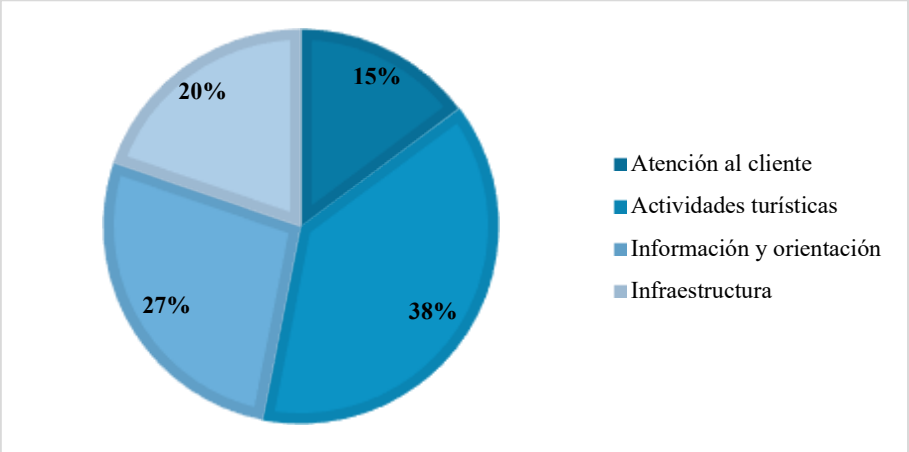



Figura 17. Áreas de mejora

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 15 destacan las principales áreas donde los visitantes piensan que la Finca Agro-Turística El Picaflor debería dirigir sus esfuerzos de mejora. La mayor proporción de respuestas se enfoca en las actividades turísticas, con un 58,5% de los encuestados señalando que este es un aspecto por perfeccionar. Esto implica que, aunque las actividades disponibles son bien valoradas, hay una oportunidad para diversificar, expandir o elevar su calidad con el fin de incrementar la satisfacción del cliente. En segundo lugar, un 41,5% de los encuestados mencionó la información y orientación, lo que podría indicar la necesidad de que los turistas cuenten con más detalles sobre los servicios, actividades o sobre la finca en su conjunto, ya sea a través de señalización, folletos informativos o asistencia durante su visita. La atención al cliente también fue reconocida como un punto a mejorar, con un 22,6% de respuestas, lo que refleja una inquietud de los

turistas respecto a su interacción con el equipo. No obstante, este porcentaje es inferior en comparación con otros aspectos, lo que podría sugerir que, en líneas generales, la atención al cliente está bien valorada, pero todavía puede ser perfeccionada. Finalmente, el 30,2% de los encuestados destacó la infraestructura como un área de mejora, lo que podría indicar la necesidad de actualizar las instalaciones físicas de la finca, como caminos, zonas de descanso o servicios.

**Pregunta 16: ¿Qué le parece la implementación de un sistema de retroalimentación, para que usted como turista pueda compartir sus opiniones y sugerencias sobre su experiencia en la finca?**

Tabla 21. Implementación del sistema de retroalimentación

| Ítems | Respuesta | Porcentaje |
|---|---|---|
| Mala idea | 1 | 1,9% |
| Regular | 1 | 1,9% |
| Buena idea | 35 | 66,0% |
| Excelente idea | 16 | 30,2% |
| Total | 53 | 100,0% |

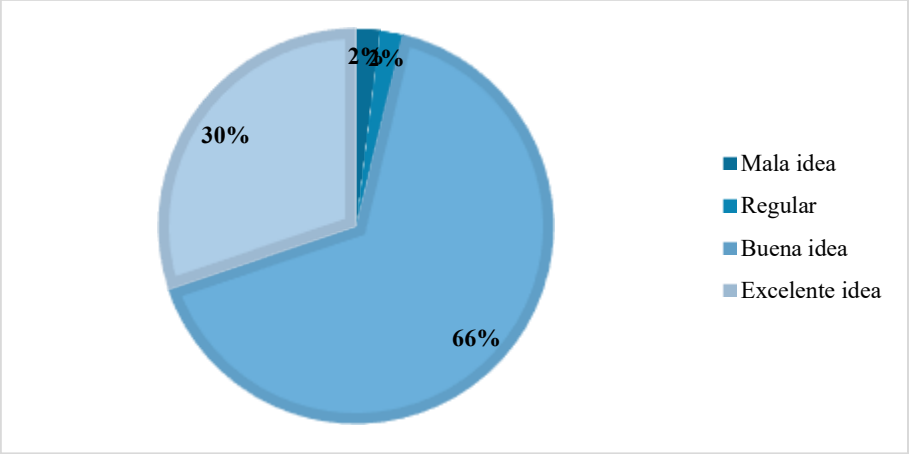



Figura 18. Retroalimentación

Interpretación: Los hallazgos de la Pregunta 16 revelan una respuesta mayormente favorable respecto a la adopción de un sistema de comentarios en la Finca Agro-Turística El Picaflor. Un 66,0% de los participantes en la encuesta cree que sería una “buena idea”, mientras que un 30,2% piensa que sería una “excelente idea”.

En total, un 96,2% de los turistas considera positivamente la opción de contar con un canal formal para expresar sus opiniones y sugerencias, lo que demuestra una fuerte disposición a contribuir a la mejora continua del servicio. Solamente un 1,9% de los encuestados evaluó esta propuesta como “mala” y otro 1,9% la vio como “regular”, lo cual sugiere una resistencia mínima a este tipo de propuestas. Este elevado grado de aceptación indica que los turistas aprecian la oportunidad de brindar sus comentarios, algo que podría fortalecer la conexión entre la finca y los visitantes, además de ofrecer información valiosa para el perfeccionamiento constante de los servicios. La creación de un sistema de retroalimentación, por fin, podría constituir una herramienta esencial para fomentar un entorno de mejora continua y satisfacción del cliente.

#### *4.1.1.1. Análisis general de la encuesta*

El estudio general de la información recabada de la encuesta realizada a los visitantes de la Finca Agro-Turística El Picaflor ofrece una perspectiva clara sobre las propiedades demográficas y la complacencia del cliente, lo que facilita el reconocimiento de aspectos esenciales para optimizar el servicio y ajustarse de manera efectiva a las demandas de los viajeros.

En la Sección 1: Dato general del cliente, la mayor parte de quienes respondieron a la encuesta se ubican en la franja de edad de 18 a 35 años, con un 30,2% perteneciendo al grupo de 18-25 años y un 28,3% en el de 26-35 años. Esto sugiere que El Picaflor tiene un atractivo especial para un público joven y adulto, que probablemente está en búsqueda de experiencias turísticas breves y más accesibles. estar más enfocado hacia la audiencia masculino. Además, un 60,4% de los participantes son solteros, lo que refuerza la idea de que El Picaflor atraiga a turistas que están más dispuestos a participar en actividades recreativas. En lo referente a la frecuencia de visita, un 75,5% de los encuestados fue a la finca por primera vez, lo que

resalta la necesidad de brindar una experiencia inolvidable desde el inicio. Por último, la mayor parte de los visitantes proviene de áreas rurales cercanas (66%), aunque también hay un creciente interés de parte de turistas tanto nacionales como internacionales, lo que presenta oportunidades para ampliar el alcance de la finca.

En la Sección 2: Satisfacción con el servicio, los resultados indican un elevado nivel de contento con la cordialidad y velocidad del servicio. La valoración de la amabilidad del personal fue favorable para el 94,3% de los entrevistados, mientras que la rapidez del servicio también contó con una opinión positiva del 94,3%. Estos factores demuestran la capacidad del equipo para ofrecer una atención amable y eficaz, aunque siempre hay margen para mejoras, sobre todo en los pocos casos que recibieron críticas desfavorables. La limpieza y el orden en las instalaciones también fueron valorados positivamente, con un 94,3% de respuestas favorables, lo que sugiere que El Picaflor proporciona un entorno apropiado para dar la bienvenida a los turistas. En relación con el tiempo de espera para recibir el servicio, la mayoría de los participantes en la encuesta no enfrentaron largos períodos de espera, lo que refleja una adecuada administración del tiempo en la atención al cliente.

La calidad de los servicios brindados, en particular las actividades relacionadas con el turismo, fue bastante positiva, obteniendo un 92,4% de respuestas favorables, lo que indica que las vivencias ofrecidas se alinean con lo que la mayoría de los turistas esperaban. La capacidad para atender las demandas de los viajeros también recibió un juicio favorable de un 83,1% de los encuestados, lo que sugiere que el personal está generalmente preparado para gestionar los distintos imprevistos que pueden ocurrir durante la visita. No obstante, las pequeñas tasas de descontento observadas en ciertas áreas indican que la formación y los procedimientos internos podrían beneficiar de ajustes para garantizar una experiencia más uniforme para todos los turistas.

En la Sección 3: Percepción sobre la calidad del servicio (modelo Kaizen), un 75,5% de los participantes no se sintió en la capacidad de responder a la pregunta referida a las mejoras en el servicio, dado que era su primera experiencia. De aquellos que sí dieron una respuesta, un 18,9% notó progresos, lo cual sugiere que el método de mejora continua fundamentado en Kaizen está generando resultados favorables, aunque aún hay oportunidad para hacer más visible este proceso de mejora a quienes regresan.

Los datos obtenidos de la encuesta indican una elevada satisfacción general con los servicios proporcionados por la Finca Agro-Turística El Picaflor. No obstante, se reconocen algunas áreas con potencial de mejora, particularmente en espera de atención y capacitación del personal para enriquecer aún más la experiencia del visitante. Además, aunque la finca goza de un sólido reconocimiento en la localidad, resulta esencial continuar buscando tácticas para atraer a más turistas nacionales e internacionales, lo que expandiría su clientela.

## 4.2. Analices de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio de la finca

Para lograr el segundo objetivo de este estudio, se llevó a cabo una encuesta estructurada con los asistentes de la Finca Agro-Turística El Picaflor, enfocada en descubrir su perfil general y su grado de satisfacción en relación con diferentes elementos del servicio. La evaluación de los hallazgos se realiza en dos partes: información general del cliente y la percepción directa del servicio brindado.

### 4.2.1. Perfil general del turista visitante.

Los hallazgos obtenidos indican que la mayoría de los visitantes son individuos jóvenes y adultos que se encuentran en la fuerza laboral. La mayor proporción se observa en el rango de edad de 18 a 25 años (30,2%), seguida por quienes tienen entre 26 y 35 años (28,3%) y aquellos de 36 a 45 años (26,4%). Estos tres grupos representan el 85% del total de

participantes en la encuesta, lo que sugiere que las actividades, la promoción y los servicios de la finca deben ajustarse preferentemente a las preferencias y tendencias de estos grupos.

En lo que respecto al género, se observa una predominancia masculina (58,5%), al lado de un 41,5% de mujeres. Aunque la disparidad no es drástica, estos datos pueden ser valiosos para adaptar la experiencia del visitante, teniendo en cuenta eventuales variaciones en las expectativas según el género.

En cuanto al estado civil, el 60,4% de los encuestados se describe como soltero(a), lo que está relacionado con un modo de vida que tiende a permitir más libertad para participar en actividades de ocio o turismo. Después se encuentran los casados (24,5%) y, en menor proporción, aquellos que están divorciados o en una relación de convivencia. Esta información resulta relevante para crear experiencias destinadas a amigos, parejas o familias, sin dejar de lado a turistas que viajan solos.

Una estadística notable es que el 75,5% de los asistentes indicó que visitaba la finca por primera ocasión. Esta elevada cifra de turistas nuevos ofrece una gran oportunidad para desarrollar estrategias de lealtad. Por otro lado, el 24,5% de los visitantes suele sugerir una indicación favorable sobre la calidad del servicio y la capacidad de establecer conexiones duraderas con los clientes.

Al final, sobre la procedencia de los visitantes, se determina que un gran número proviene de localidades rurales aledañas (66%), seguidos por turistas de nacionalidad local (28,3%) y del extranjero (5,7%). Este fenómeno pone de manifiesto un lazo sólido con la comunidad, a la vez que indica la oportunidad de mejorar la visibilidad de la finca tanto en el país como fuera de él, a través de estrategias de marketing más amplias.

### 4.2.2. Percepción sobre la calidad del servicio.

Los hallazgos de este apartado muestran que existe una percepción favorable por parte de los turistas sobre los aspectos clave que forman la experiencia de viaje.

Uno de los aspectos más positivos fue la cordialidad del equipo, etiquetado como "buena" por el 50,9% y "excelente" por el 43,4% de los participantes en la encuesta. Este aprecio subraya que el personal es uno de los elementos más estimados por los viajeros y representa una base esencial para desarrollar una cultura organizacional enfocada en la atención al cliente.

La prontitud en la atención obtuvo una evaluación altamente favorable: el 94,3% la puntuó como "buena" o "excelente", lo que señala una notable eficacia operativa. No obstante, a pesar de que los porcentajes desfavorables son reducidos, es crucial no pasarlos por alto, ya que el enfoque Kaizen plantea que cualquier anomalía debe ser atendida para lograr un avance constante.

En lo que respecto a la organización y limpieza de las instalaciones, se notó también un elevado nivel de contento: el 54,7% la calificó como "buena" y el 39,6% como "excelente". Esto indica que hay un ambiente físico apropiado que impacta de manera directa en la visión de calidad, confort y seguridad que tienen los visitantes.

La duración de la espera para obtener servicio respalda la efectividad comentada anteriormente: el 88,7% de los participantes en la encuesta indicó que esperaba menos de 10 minutos para comenzar su consulta, lo que se considera un signo importante en la evaluación del servicio. A pesar de que el 1,9% aguardó más de 20 minutos, este escenario debe interpretarse como una excepción que podría ser mejorada con ajustes en los procesos de atención.

#### *4.2.2.1. Síntesis.*

La opinión de los viajeros sobre la atención al cliente en la Finca Agro-Turística El Picaflor es sumamente favorable. Se destacan claras ventajas en aspectos como la atención brindada por el equipo, la agilidad en el servicio y la higiene de los espacios. Asimismo, el perfil demográfico de los turistas proporciona indicaciones clave para el continuo perfeccionamiento de la atención, adaptándose a las particularidades y deseos de su audiencia principal: jóvenes adultos, predominantemente solteros, que provienen del área rural local, muchos de los cuales están visitando por primera vez. Con base en esta información, se sugiere llevar a cabo específicos de mejora para reducir los tiempos de espera y potenciar aún más acciones la dedicación del personal, como parte de una estrategia integral de calidad fundamentada en el modelo Kaizen.

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## Conclusiones

El estudio proporcionó un análisis claro y detallado de la satisfacción de la audiencia y el trabajo del equipo de la Finca Agro-Turística el Picaflor. Los aspectos positivos del servicio, la limpieza y la experiencia turística general se calificaron positivamente a través de la revisión de cuestionarios llenados por los turistas. De igual manera, se observaron áreas que requieren mejoras específicas, tales como los tiempos de espera, la atención a requerimientos particulares y la diversificación de la oferta turística. Estos descubrimientos constituyen un fundamento robusto para llevar a cabo dentro del marco del sistema de gestión de calidad Kaizen, dirigido a acciones a mejorar de manera continua la experiencia de los clientes y el rendimiento del equipo.

El estudio sobre cómo los turistas ven la calidad del servicio en la Finca Agro-Turística el Picaflor reveló una valoración mayormente positiva en factores fundamentales como la amabilidad del personal, la rapidez del servicio, la limpieza de los espacios y el tiempo de espera, con la mayoría describiéndolos como “buenos” o “muy buenos”. Estos hallazgos indican un elevado grado de satisfacción y resaltan el rol del personal como un elemento esencial en la experiencia del visitante. Además, el perfil típico de los turistas, en su gran parte jóvenes solteros de áreas rurales y que son visitantes recientes, proporciona datos valiosos para guiar mejoras continuas bajo el método Kaizen, particularmente en fortalecer la lealtad de nuevos clientes y en perfeccionar los procesos de atención para garantizar un servicio de alta calidad.

La puesta en marcha de un plan de mejora continua utilizando la metodología Kaizen en la Finca Agro-Turística el Picaflor ha facilitado la creación de un método organizado y proactivo para elevar la calidad del servicio ofrecido al cliente. La formación y la dedicación del grupo, junto con el establecimiento de un comité interno de mejora continua, han sido

esenciales para que cada miembro participe en el reconocimiento y la resolución de inconvenientes de forma conjunta. A través de la implementación del ciclo de planificación, ejecución, revisión y acción, se han detectado áreas con posibilidades de mejora. Mediante la adopción del ciclo de planificación, ejecución, evaluación y ajuste, se han identificado sectores con potencial de optimización.

Se realizaron evaluaciones preliminares y se ha mantenido una vigilancia continua sobre los indicadores, lo que ha producido avances notables en la satisfacción del consumidor, una disminución en las reclamaciones y un aumento en la celeridad de las respuestas. De forma similar, la adopción de estrategias efectivas y la elaboración de un escrito que establezca criterios de calidad aseguran que las mejoras se mantengan con el tiempo, mientras que se aplican técnicas Kaizen, como las 5S y los diagramas de causa y efecto, para fomentar el progreso continuo tanto en el ámbito laboral como en la satisfacción del consumidor. En total, estas acciones han creado un sistema de calidad robusto y en constante mejora, beneficiando tanto el progreso del equipo como la felicidad de los usuarios.

**Recomendaciones**

Lleve a cabo medidas concretas dentro del contexto del sistema de gestión de calidad Kaizen con el objetivo de resolver las áreas de mejora señaladas, como reducir los tiempos de espera y adaptar la atención a las necesidades específicas de los visitantes. Asimismo, sería ventajoso ampliar la oferta turística, desarrollar nuevas actividades que capturen la atención de distintos tipos de turistas y mejoren la experiencia de quienes visitan. Estas ayudarán a consolidar las fortalezas existentes, al mismo tiempo que tratan las debilidades de manera eficiente.

Priorizar la capacitación constante del equipo, en particular en los aspectos de atención al cliente, con el fin de preservar y elevar la excelente calidad del servicio que los visitantes aprecian. Además, dado que los datos sobre los turistas indican una gran cantidad de jóvenes solteros, se podría explorar el desarrollo de ofertas exclusivas o descuentos dirigidos a este público, para mejorar la lealtad y el boca a boca. Igualmente, se propone adaptar la experiencia del cliente de manera más efectiva, alineándose mejor con sus deseos y preferencias.

Fortalecer el proceso de mejora continua utilizando el modelo Kaizen, asegurando que el grupo interno prosiga con la evaluación y la actualización de las normas establecidas. Asimismo, sería útil ampliar el uso de herramientas Kaizen, tales como los diagramas de causa y efecto y la metodología 5S, a otras áreas operativas que aún no se han desarrollado, con el fin de aumentar la eficacia en todos los niveles del servicio. La capacitación continua del personal y la implementación de un ciclo PDCA efectivo garantizarán que la finca continuará progresando en calidad del servicio, satisfacción del cliente y optimización de recursos.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Bengochea, D. (2024). *Atención al cliente: definición, tipos y cómo aplicarla correctamente.* OUTVIO. https://outvio.com/es/blog/servicio-atencion-cliente/

Bento, P., Murta, L., & Sáez, J. (2019). La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. *Cuadernos de Turismo, 1*(44), 37-41. https://doi.org/ https://doi.org/10.6018/turismo.44.404721

Cardozo, L. (2025). *Atención al Cliente: Qué es y Pilares fundamentales.* ZENVIA. https://www.zenvia.com/es/blog/atencion-al-cliente/

Castro, J. J., Gómez, L. K., & Camargo, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura , 27*(75), 140-174. https://doi.org/https://doi.org/10.14483/22487638.19171

Chara-Pin, N. E., Moncayo-Vives, G. A., & Chara-Pin, Y. V. (2022). Aplicación de la filosofia kaizen a la administración de microemprendimientos. *Revista Cientifica: Dominio de las Ciencias, 8*(2), 420-434. https://doi.org/ http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i2.2653

Diaz, G. A., & Salazar , D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*(39), 19-36. https://doi.org/https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2

Fernández , C., Baptista, P., & Hernández , R. (2014). *Metodologia de laInvestigación 6ta Edición.* McGRAW-HILL. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Gorotiza, G. L., & Romero, E. M. (2021). El sistema de gestión de calidad con ISO 9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la

Comercializadora ITM. *Polo del Conocimiento , 6*(4), 270-294. https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2561

Guzmán , R. G. (2022). *IMPLEMENTACIÓN DE KAIZEN PARA LA MEJORA DEL TIEMPO EN LA RECEPCION DE PRODUCTOS EN ALMACENEROS DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL [Tesis de Grado].* Universidad Nacional Federico Villareal. https://hdl.handle.net/20.500.13084/6708

Huayta , S. S. (2021). LA CALIDAD TOTAL DE SERVICIOS Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL DEL TURISMO RECEPTIVO EN MIRAFLORES, 2019. *QUIPUKAMAYOC, 29*(59), 77-84. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v29i59.20192

Martelo-Gómez, R., Bastidas-Gómez, M., & Villabona-Gómez, N. (2020). Factores que influyen en la lealtad del cliente en el comercio electrónico del turismo. *Desarrollo Gerencial, 12*(2), 1-24. https://doi.org/ https://doi.org/10.17081/dege.12.2.4076

Martínez , E., Licona, J., & Rivera , P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera, 37*(15). https://doi.org/https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi37.463

Pacheco , Y. V. (2022). *Propuesta de un plan de mejora de los servicios ofertados en la "HOSTERÍA ARUTAM" mediante la aplicación de la filosofía lean manufacturing [Tesis de Grado].* Universidad de Azuay. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12594

Pilatuña , J. A. (2024). *Servicio al cliente y turismo gastronómico en establecimientos de restauración de la ciudad de Riobamba.* Universidad Nacional de Chimborazo. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13934

Pincay, Y. M., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Revista Cientifca: Dominio de las Ciencias, 6*(3), 1118-1142. https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341

Pineda , L. (2020). Aproximación teórica al concepto de calidad y los sistemas de gestión. *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales, 2*(1), 41-62. https://doi.org/https://orcid.org/0000-0001-7186-4939

Pitizaca, F. G. (2024). Implementación del Kaizen en el Sector Cafetalero de la Provincia de Loja; Un Estudio Descriptivo de un Modelo de Asociatividad para los Productores Cafetaleros. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8*(1), 2144-2164. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9615

Polo, B. R., Bazán, R. Y., & Sánchez, A. J. (2020). Mejora continua en el servicio que reciben los usuarios, Dirección Regional Agraria Amazonas, Perú, 2017. *Revista de Investigación Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades, 3*(2), 21-29. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25127/rcsh.20203.578

Potente , M., Colino , F., Gutiérrez, D., Navarro, A., & López, A. (2023). Turismo y patrimonio como motores de desarrollo rural: en caso de las bodegas históricas de Fermoselle (Zamora). *Cuadernos Geográficos, 62*(2), 115-132. https://doi.org/https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v62i2.27430

Quiñónez-Bedón, M. F., Tapia-Pazmiño, J. G., & Andrade-Naranjo, D. S. (2019). El turismo de aventura: Una estrategia para la nueva ruralidad. *Polo del Conocimiento , 4*(3), 119-137. https://doi.org/10.23857/pc.v4i3.928

Ramírez , O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 9*(7). https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08

Ramírez, J. F., Pérez , I., Rodríguez , M., & Miranda, H. (2020). Turismo local sostenible: contribución al desarrollo territorial en Cuba. *Cooperativismo y Desarrollo, 8*(3), 425-447. http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/397

Ramos, C. (2021). Diseños de investigación experimental. *CienciAmérica, 10*(1), 1-7. https://doi.org/doi: 10.33210/ca.v10i1.356.

Sabando , E. F., Amat , X., & Ruiz , A. B. (2022). Turismo y desarrollo local en el litoral ecuatoriano. Potencialidad y límites: Crucita, Ecuador. *ECA Sinergia, 13*(3), 73-85. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v13i3.4480

Taramona , L. A., Sánchez, H. E., Sánchez Batista, A., & Huatuco, M. M. (2020). Modelación matemática para mitigar los efectos del COVID-19 en el sector turismo del Perú. *Revista Investigaciones ULCB, 7*(1), 125-141. https://doi.org/https://doi.org/10.36955/RIULCB.2020v7n1.010

Zavala, F. N., & Vélez, E. M. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Revista cientifica: Dominio de las Ciencias , 6*(3), 264-281. https://doi.org/ https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284

# ANEXO A: PLAN DE MEJORA CONTINÚA BASADO EN LA METODOLOGIA KAIZEN

**Plan de mejora continua basado en la metodología Kaizen**

**para la**

**Finca Agro-Turística el Picaflor**

**Vigencia primer semestre del 2025**

**Dennise Alvarado Apo**

**Abril 2025**

**ÍNDICE**

1. Introducción ..... 74

2. Objetivo ..... 74

3. Implementación del plan de mejora continúa basado en la metodología Kaizen ..... 75

3.1. Formalización y sensibilización del equipo ..... 75

3.1.1. Objetivo ..... 75

3.1.2 Detalles de la formalización y sensibilización ..... 75

3.1.3. Acciones por realizar ..... 75

3.1.4. Resultados esperado de la Fase ..... 76

3.2. Creación del comité Kaizen interno ..... 77

3.2.1. Objetivo ..... 77

3.2.2. Detalles de la organización del comité. ..... 77

3.2.3. Estructura de trabajo. ..... 77

3.2.4. Compromisos del Comité. ..... 78

3.2.5. Resultados esperados de la segunda fase ..... 78

3.3. Aplicación del ciclo PDCA ..... 78

3.3.1. Fase A: Plan (Planificación) ..... 78

3.3.2. Fase B: DO (Hacer). ..... 80

3.3.3. Fase C: CHECK (Verificar) ..... 81

3.3.4. Fase D: ACT (Actuar) ..... 83

3.4. Herramientas Kaizen a utilizar ..... 85

3.5. Evaluación del Plan de Mejora Continua.....87

3.5.1. Resultados esperados.....87

3.6. Informe y socialización de resultados.....88

3.6.1. Resultados esperados.....89

4. Conclusión.....89

5. Recomendaciones.....90

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Información de la formalización y sensibilización ..... 75

Tabla 2. Temas de capacitación de principios de Kaizen ..... 76

Tabla 3. Descripción de la organización del comité ..... 77

Tabla 4. Descripción de la estructura de trabajo del comité ..... 77

Tabla 5. Rol del equipo del comité ..... 78

Tabla 6. Herramientas de identificación de problemas ..... 79

Tabla 7. Matriz de priorización de problemas ..... 79

Tabla 8. Guía de diseño de soluciones ..... 79

Tabla 9. Guía de diseño de soluciones ..... 80

Tabla 10. Distribución de responsabilidades ..... 81

Tabla 11. Estrategias de implementación ..... 81

Tabla 12. Descripción de actividades ..... 82

Tabla 13. Comparación de indicadores de servicio ..... 82

Tabla 14. Buenas prácticas documentadas ..... 83

Tabla 15. Contenido básico del manual ..... 84

Tabla 16. Acciones para la retroalimentación continua ..... 84

Tabla 17. Herramientas kaizen ..... 85

Tabla 18. Beneficio del uso de la herramienta Kaizen ..... 86

Tabla 19. Detalles de evaluación del Plan de Mejora Continua ..... 87

Tabla 20. Acciones de evaluación mensual ..... 87

Tabla 21. Indicadores claves para la evaluación ..... 87

Tabla 22. Detalles del proceso de informe y socialización ..... 88

Tabla 23. Contenido de informe mensual ..... 88

Tabla 24. Estrategias de socialización de resultados ..... 88

Tabla 25. Ejemplos de reconocimiento interno ..... 89

# Plan de mejora continua basado en la metodología Kaizen para la Finca Agro-Turística el Picaflor.

## 1. Introducción

La calidad del servicio es un factor clave para el desarrollo sostenible de los emprendimientos turísticos, especialmente en zonas rurales donde la experiencia del visitante se vincula estrechamente con el entorno natural, la atención personalizada y la autenticidad de las actividades ofrecidas. En este contexto, la Finca Agro-turística El Picaflor, ubicada en una zona rural con gran potencial turístico, ha venido fortaleciendo su propuesta de valor mediante la interacción entre naturaleza, cultura y producción agroecológica.

Sin embargo, para mantenerse competitiva y garantizar altos niveles de satisfacción de los turistas, es fundamental implementar estrategias de mejora continua que permitan optimizar los procesos, elevar la calidad del servicio y consolidar una cultura organizacional orientada al cliente. Por ello, se plantea el desarrollo de un plan de mejora continua basado en la metodología Kaizen, reconocida por fomentar pequeñas mejoras constantes, la participación del personal y el enfoque en la eficiencia y la calidad.

## 2. Objetivo

El objetivo de este plan de mejora continua es dotar a la Finca Agro-Turística el Picaflor de herramientas prácticas y metodológicas, basadas en el enfoque Kaizen, que permitan fortalecer su estructura operativa y de atención al cliente, promoviendo una cultura de mejora constante, eficiencia en los procesos y una experiencia turística de mayor calidad, sostenible en el tiempo y adaptada a los desafíos del entorno rural competitivo.

# 3. Implementación del plan de mejora continua basado en la metodología Kaizen

## 3.1. Formalización y sensibilización del equipo

La etapa de formalización y sensibilización es el primer paso fundamental para asegurar la adecuada aplicación del plan de perfeccionamiento continúo fundamentado en la metodología Kaizen en la Finca Agro-Turística el Picaflor. Considerando que el grupo está compuesto por un total de cuatro individuos (con el líder incluido), esta fase tiene como objetivo conseguir la comprensión y la dedicación de cada uno de los integrantes respecto a los principios del Kaizen.

### 3.1.1. Objetivo

Reforzar la comprensión fundamental del grupo de trabajo sobre la filosofía Kaizen, así como promover una disposición activa ante los desafíos del ámbito laboral, para garantizar una participación efectiva en las próximas fases del proceso de mejora continua.

### 3.1.2 Detalles de la formalización y sensibilización

Tabla 22. Información de la formalización y sensibilización

| Elemento | Descripción |
|---|---|
| Duración | 1 semana |
| Responsable | Jefe de finca |
| Participantes | 4 trabajadores (incluyendo al jefe) |
| Modalidad | Presencial, en las instalaciones de la finca |
| Recursos necesarios | Presentaciones impresas o digitales, rotafolios, material de escritura, ejemplos prácticos. |

### 3.1.3. Acciones por realizar

1. Capacitación sobre los principios del Kaizen

Organizar una sesión formativa inicial, que se estructura en dos partes de dos horas cada una, donde se trataran los siguientes principios básicos:

Tabla 23. Temas de capacitación de principios de Kaizen

| Principio Kaizen | Descripción para el equipo |
|---|---|
| Mejora continua | La importancia de hacer pequeños cambios todos los días para lograr grandes resultados. |
| Eliminación de desperdicios | Cómo identificar procesos ineficientes, tiempos muertos o recursos mal utilizados. |
| Trabajo en equipo | Promover la colaboración entre todos los miembros para resolver problemas de forma conjunta. |
| Enfoque en el cliente | Comprender que las necesidades del turista son el centro de todas las actividades y mejoras. |

2. Reunión introductoria del Plan de mejora continua

Realizar un encuentro general donde el encargado de la finca expuso de manera oficial el Plan de Mejora Continua. En el transcurso de la reunión se discutirán los siguientes puntos:

- La meta del plan: elevar la calidad del servicio al consumidor a través de acciones continuas y sencillas.
- Las ventajas anticipadas: incremento en la satisfacción del consumidor, mejora de los procesos y un entorno laboral más positivo.
- La función de cada integrante en el proceso: desde identificar áreas que requieren mejora hasta involucrarse de manera activa en las sugerencias y su monitoreo.

### 3.1.4. Resultados esperados de la Fase

1) Entendimiento profundo de los fundamentos de Kaizen por parte de todo el personal.
2) Actitud y dedicación inicial para involucrarse en las etapas posteriores del proyecto.
3) Creación de un entorno de trabajo en equipo que apoye la detección de dificultades y áreas que requieran mejoras desde diversas perspectivas.

## 3.2. Creación del comité Kaizen interno

El establecimiento del Comité Kaizen interno es un componente fundamental para llevar a cabo el sistema de gestión de calidad basado en la filosofía Kaizen. Este comité estará integrado por todo el equipo de la Finca Agro-Turística el Picaflor, incluyendo al director, y su principal meta será perpetuar la mejora continua mediante encuentros periódicos, sugerencias de modificaciones y un control sistemático.

### 3.2.1. Objetivo.

Crear un entorno de involucramiento constante en el que todos los integrantes puedan reconocer, sugerir y analizar cambios que favorezcan la mejora del servicio al cliente en la granja, a través de medidas sencillas y duraderas.

### 3.2.2. Detalles de la organización del comité.

Tabla 24. Descripción de la organización del comité

| Elemento | Descripción |
|---|---|
| Duración | Permanente (a lo largo del proyecto y después de su implementación) |
| Frecuencia de reunión | Semanal (1 vez por semana) |
| Tiempo de reunión | 30 minutos por sesión |
| Miembros | 4 personas (3 trabajadores + 1 jefe) |
| Responsable general | Jefe de finca |

### 3.2.3. Estructura de trabajo.

Tabla 25. Descripción de la estructura de trabajo del comité

| Actividad | Descripción |
|---|---|
| Identificación de problemas | Cada miembro debe observar sus actividades y anotar cualquier proceso ineficiente o mejora posible. |
| Análisis de causas | Discusión en conjunto para determinar el origen del problema observado. |
| Propuesta de mejora | Cada trabajador propone al menos una mejora semanal, basada en la filosofía de “pequeños pasos”. |
| Seguimiento y evaluación | Se definen responsables y tiempos de ejecución para cada mejora aceptada, y se revisa su avance. |
| Registro de actividades | Se lleva un acta o bitácora sencilla de cada reunión para dejar constancia de las propuestas y avances. |

### 3.2.4. Compromisos del Comité.

Tabla 26. Rol del equipo del comité

| Miembro | Rol Principal |
|---|---|
| Jefe de finca | Coordinar reuniones, dar ejemplo de participación, aprobar y validar mejoras. |
| Colaborador 1 | Observar procesos de atención al turista, proponer mejoras, hacer seguimiento. |
| Colaborador 2 | Observar procesos de limpieza, orden y preparación de áreas comunes. |
| Colaborador 3 | Observar la experiencia del cliente en recorridos y sugerencias pos-visita. |

### 3.2.5. Resultados esperados de la segunda fase

1) Elaboración de un mínimo de 4 sugerencias de optimización por semana (una para cada integrante).
2) Incremento del sentido de pertenencia y el compromiso del grupo con la calidad del servicio ofrecido.
3) Identificación temprana de inconvenientes que pudieran impactar la experiencia del cliente.
4) Desarrollo de una cultura dentro de la organización enfocada en la mejora constante.

## 3.3. Aplicación del ciclo PDCA

### 3.3.1. Fase A: Plan (Planificación).

El propósito de esta fase es reconocer, dar prioridad y establecer soluciones para las dificultades identificadas en los procesos de atención al cliente de la granja, teniendo en cuenta la colaboración activa del personal y de los visitantes.

1. Reconocimiento del problema

En esta apartado se emplearán instrumentos sencillos pero eficaces que faciliten la obtención de datos directamente de las partes implicadas en la vivencia del cliente: empleados y visitantes.

Tabla 27. Herramientas de identificación de problemas

| Herramienta | Descripción |
|---|---|
| Observaciones del personal | Cada colaborador aportará problemas detectados en su día a día mediante una bitácora o formulario. |
| Sugerencias de visitantes | Instalación de un buzón físico de sugerencias ubicado en un punto visible del área turística. |
| Registro de reclamos o quejas | Anotación manual en una libreta o archivo digital por parte del jefe o responsable de atención. |

2. Priorización del problema

Al reconocer los inconvenientes, se llevará a cabo su organización mediante una cuadrícula de priorización que considere el Impacto y la Urgencia, facilitando así la toma de decisiones claras sobre cuáles asuntos requieren atención inmediata.

Tabla 28. Matriz de priorización de problemas

| Problema detectado | Impacto (Alto/Medio/Bajo) | Urgencia (Alta/Media/Baja) | Nivel de Prioridad |
|---|---|---|---|
| Señalización confusa en rutas de recorrido | Alto | Alta | Muy Alta |
| Retrasos en tiempos de atención | Medio | Alta | Alta |
| Falta de limpieza en baños durante el día | Alto | Media | Alta |
| Ausencia de afiche de las actividades de recorrido | Bajo | Media | Media |

**Nota:** Se asignará mayor prioridad a los problemas con alto impacto y alta urgencia.

3. Diseño de soluciones

A partir de las cuestiones establecidas como prioritarias, se establecerá un grupo de medidas específicas que se llevarán a cabo como parte del plan de optimización.

Tabla 29. Guía de diseño de soluciones

| Área de mejora | Problema identificado | Acción propuesta | Responsable | Fecha estimada de inicio |
|---|---|---|---|---|
| Atención al cliente | Retrasos en atención | Capacitación express en manejo de tiempos y priorización de tareas. | Jefe de finca | Semana 2 de implementación |
| Infraestructura | Falta de señalización clara | Colocación de letreros direccionales y mapas sencillos. | Colaborador 2 | Semana 3 |
| Limpieza y mantenimiento | Baños sucios a media jornada | Establecer rutina de limpieza cada 2 horas. | Colaborador 3 | Semana 2 |
| Comunicación visual | Afiche no visible en zona de recorridos | Elaboración e instalación de cartel visible con precios. | Colaborador 1 | Semana 4 |

#### *3.3.1.1.Resultados esperados de la fase A de planificación*

1) Definición de los inconvenientes que impactan en mayor medida la satisfacción del cliente.
2) Desarrollo de estrategias efectivas con un énfasis en la mejora constante.
3) Fortalecimiento del grupo a través de su implicación en la evaluación y creación de avances.
4) Fundamento firme para llevar a cabo la siguiente etapa del ciclo PDCA: HACER.

### 3.3.2. Fase B: DO (Hacer).

Meta: Iniciar las primeras optimizaciones elegidas en un proyecto piloto, designando encargados y creando un sistema de monitoreo elemental.

1. Implementación piloto de mejoras

En esta fase se llevarán a cabo acciones específicas, seleccionadas por su efectividad y facilidad de implementación, para comenzar con la mejora constante en la atención al cliente. Las iniciativas piloto están diseñadas con la metodología de "pasos pequeños" del Kaizen, con el objetivo de lograr transformaciones duraderas utilizando los recursos existentes.

Tabla 30. Guía de diseño de soluciones

| Área de mejora | Acción piloto | Objetivo | Responsable | Duración de prueba |
|---|---|---|---|---|
| Atención al cliente | Implementación de un saludo estándar y cordial a todos los visitantes. | Mejorar la primera impresión y cercanía con el cliente. | Colaborador 1 | Semana 1 |
| Recorridos guiados | Establecer horarios definidos y guías informados para recorridos turísticos. | Reducir tiempos de espera e incrementar satisfacción del cliente. | Colaborador 2 | Semana 1 |
| Señalética | Colocar letreros con flechas y nombres de las zonas turísticas más visitadas. | Facilitar el desplazamiento de los turistas sin necesidad de guía constante. | Colaborador 3 | Semana 2 |
| Limpieza y mantenimiento | Establecer limpieza cada 2 horas en baños y zonas comunes. | Mantener condiciones higiénicas durante todo el día. | Colaborador 4 | Semana 1 |

2. Asignación de responsables

Cada tarea será organizada y supervisada por una persona designada. La función podrá cambiarse mensualmente para fomentar la participación grupal y el desarrollo completo del grupo.

Tabla 31. Distribución de responsabilidades

| Nombre del Trabajador | Rol Inicial en Mejora | Comentarios |
|---|---|---|
| Colaborador 1 | Atención al cliente (saludo) | Tiene buena comunicación verbal y empatía. |
| Colaborador 2 | Organización de recorridos guiados | Conoce bien los tiempos y el recorrido de la finca. |
| Colaborador 3 | Instalación de señalética | Tiene habilidades básicas en rotulación y diseño. |
| Colaborador 4 (Jefe) | Supervisión general y control de limpieza | Lidera el proceso y garantiza cumplimiento de rutinas. |

#### *3.3.2.1.Estrategias de Apoyo a la Implementación*

Tabla 32. Estrategias de implementación

| Recurso o Actividad | Descripción |
|---|---|
| Mini capacitaciones internas | 10-15 minutos antes de iniciar el día de trabajo para repasar mejoras. |
| Carteles recordatorios | Pequeños afiches con frases clave del Kaizen (ej. “Pequeños cambios, grandes logros”). |
| Revisión semanal (Comité Kaizen) | Retroalimentación sobre avances y ajustes necesarios para cada acción piloto. |

#### *3.3.2.2.Resultados esperados*

1) Validación de propuestas en condiciones reales.
2) Mayor compromiso de los colaboradores mediante la participación.
3) Primeros datos e indicadores para evaluar en la siguiente fase (Check).
4) Identificación de ajustes necesarios antes de implementar las mejoras a gran escala.

### 3.3.3. Fase C: CHECK (Verificar)

Meta: Analizar los resultados surgidos de la aplicación inicial de mejoras, empleando técnicas de retroalimentación sencillas y colaborativas, así como evaluando métricas fundamentales de rendimiento asociadas a la experiencia del usuario.

1. Seguimiento de los resultados de la fase DO

En esta fase, el grupo de Kaizen y el encargado de la finca llevarán a cabo encuentros de revisión para evaluar si las iniciativas de prueba han producido mejoras notables y cuantificables en la calidad del servicio.

2. Actividades realizadas:

Tabla 33. Descripción de actividades

| **Actividad** | **Descripción** |
|---|---|
| Reunión de evaluación interna | El equipo compartió observaciones sobre la aplicación de las mejoras. |
| Aplicación de miniencuestas a visitantes | Se entregaron al finalizar las visitas, con preguntas sobre su experiencia. |
| Análisis comparativo de indicadores pre y post mejora | Se midieron reclamos, satisfacción y tiempo de atención antes y después. |

3. Resultados Obtenidos por Indicadores

Tabla 34. Comparación de indicadores de servicio

| **Indicador** | **Antes de la Mejora** | **Después de la Mejora Piloto** | **Resultado / Observación** |
|---|---|---|---|
| Satisfacción del turista (escala 1–5) | 3.5 | 4.4 | Aumento significativo en la valoración del servicio |
| Número de reclamos semanales | 3 | 1 | Disminución del 66% en quejas registradas |
| Tiempo promedio de atención (min) | 15 | 10 | Mejora del tiempo de respuesta en un 33% |

Nota*:* Los valores de referencia se determinaron durante un lapso de dos semanas tanto antes como después de la puesta en marcha.

4. Análisis del equipo

En la reunión semanal del Comité Kaizen, se concluyó que:

1. Las modificaciones implementadas produjeron un efecto favorable y evidente.
2. La reciente señalización y el aumento en la calidad del servicio recibieron reacciones favorables de los turistas.
3. Se encontraron más áreas que pueden ser mejoradas, como ofrecer una mejor información sobre los horarios de las visitas o la solicitud de más avisos informativos acerca de las plantas.

#### *3.3.3.1. Conclusión de la fase CHECK*

Este periodo facilitó la comprobación de la verdadera eficacia de las primeras estrategias Kaizen, demostrando que hasta las mínimas optimizaciones producen resultados favorables cuando se implementan de manera estructurada y con la dedicación del grupo. Los logros alcanzados serán fundamentales para las etapas posteriores de normalización y progreso constante.

### 3.3.4. Fase D: ACT (Actuar)

Meta: Fortalecer los avances exitosos que se han puesto en práctica, convertirlos en métodos habituales y promover un ambiente permanente de retroalimentación y aprendizaje en la Finca Agro-Turística el Picaflor.

1. Estandarización de mejoras exitosas

Después de confirmar los resultados favorables en la CHECK, se avanza a oficializar las prácticas que mostraron ser efectivas, garantizando su sostenimiento a lo largo del tiempo.

Tabla 35. Buenas prácticas documentadas

| Área de mejora | Buena Práctica identificada | Acción de estandarización |
|---|---|---|
| Atención al cliente | Saludo cordial estandarizado al recibir turistas | Incluir en guion de bienvenida y capacitar al personal nuevo |
| Recorridos guiados | Organización por estaciones con orden lógico | Establecer ruta oficial e incluirla en manual de operaciones |
| Señalética | Letreros visibles y explicativos en áreas clave | Diseños oficiales con tamaño y contenido definidos |
| Limpieza de áreas comunes | Rondas de limpieza antes y después de cada visita | Incorporar a checklist diario de tareas |

2. Creación del manual de calidad interno

Se creará un Manual de Calidad Interno, claro y accesible, que reúna las medidas, procedimientos y criterios fundamentales obtenidos de las optimizaciones. Este texto funcionará como referencia para la labor cotidiana y la futura formación de nuevos empleados.

Tabla 36. Contenido básico del manual

| Sección | Contenido |
|---|---|
| Introducción al Kaizen | Principios de mejora continua y rol de cada trabajador |
| Atención al cliente | Protocolo de saludo, guías de comportamiento, resolución de dudas |
| Procedimientos operativos | Rutas de recorridos, tiempos sugeridos, puntos de control |
| Limpieza y presentación | Checklist diario, frecuencia, responsables |
| Señalética y accesibilidad | Ubicación de letreros, contenidos mínimos y estándares de visibilidad |
| Retroalimentación y sugerencias | Instrucciones para recepción, análisis y uso de ideas de mejora |

3. Retroalimentación y nuevas rondas de mejora

Se creará un Manual de Calidad Interno, claro y accesible, que reúna las medidas, procedimientos y criterios fundamentales obtenidos de las optimizaciones. Este texto funcionará como referencia para la labor cotidiana y la futura formación de nuevos empleados.

Tabla 37. Acciones para la retroalimentación continua

| Acción | Frecuencia | Responsable | Objetivo |
|---|---|---|---|
| Reunión de cierre de ciclo | Mensual | Comité Kaizen | Evaluar logros, reconocer aportes y planear mejoras futuras |
| Registro de nuevas ideas de mejora | Permanente | Todos los colaboradores | Mantener flujo constante de observaciones |
| Revisión y actualización del manual | Trimestral | Jefe de finca | Asegurar, que el manual refleje los últimos avances |

#### *3.3.4.1. Conclusión de la fase ACT*

Esta fase asegura que las mejoras alcanzadas sean mantenidas a lo largo del tiempo, por lo que se incorporan al día a día de la Finca Agro-Turística el Picaflor. También establece los cimientos para nuevas rondas de Kaizen, reforzando el compromiso del grupo con la calidad del servicio.

### 3.4. Herramientas Kaizen a utilizar

Para llevar a cabo de manera efectiva el sistema de gestión de calidad que se basa en la metodología Kaizen en la Finca Agro-Turística el Picaflor, se aplicarán herramientas prácticas que ayudarán en la mejora constante, el reconocimiento de inconvenientes y la normalización de procesos. Estas herramientas ofrecerán la posibilidad a los colaboradores, dentro de un entorno de involucramiento y dedicación, de identificar oportunidades de mejora de manera sistemática y continua.

Tabla 38. Herramientas kaizen

| Herramienta Kaizen | Aplicación en El Picaflor | Frecuencia de uso | Responsable |
|---|---|---|---|
| **5S** | Organización física de espacios turísticos y de trabajo: Clasificar, Ordenar, Limpiar, Estandarizar y Mantener. | Semanal / Trimestral (auditoría visual) | Todo el equipo, supervisado por el Jefe de Finca |
| **Diagrama de Ishikawa** (Causa-Efecto) | Análisis de causas raíz ante problemas identificados en la experiencia del cliente (por ejemplo: demoras, desorganización). | Según necesidad (ante reclamos u observaciones) | Comité Kaizen |
| **Lluvia de ideas** | Reuniones semanales para fomentar participación y propuestas de mejora, siguiendo la filosofía de "pequeños pasos". | Semanal | Comité Kaizen |
| **Checklist de procesos** | Lista de verificación para asegurar calidad en puntos clave del servicio (bienvenida, guía turística, limpieza, etc.). | Diario | Responsable de cada área |

#### 3.4.1. Aplicación práctica de las herramientas

1. 5S – Organización y limpieza del entorno
    - Meta: Asegurar entornos higiénicos, protegidos y ordenados tanto para los visitantes como para el equipo.
    - Ejemplo: Colocación de señales que muestren el sitio de herramientas, horarios de limpieza por turnos, y colores para el ordenamiento de residuos.

2. Diagrama de Ishikawa
    - Meta: Identificar las causas fundamentales de los principales inconvenientes.
    - Ejemplo: Cuando un visitante menciona una atención insatisfactoria, el grupo investiga si se debe a falta de capacitación, dificultades en la comunicación, demasiadas responsabilidades, entre otros factores.
3. Lluvias de ideas
    - Meta: Fomentar la innovación y el compromiso del grupo para descubrir respuestas.
    - Ejemplo: En una junta se propone implementar indicaciones en dos idiomas para visitantes internacionales como un leve pero valioso ajuste.
4. Checklist de procesos
    - Meta: Supervisar la calidad del servicio a través de listas sencillas.
    - Ejemplo: Comprobación de higiene antes de cada recorrido, aseguramiento de que los materiales estén listos para las excursiones, inspección de los uniformes.

#### *3.4.1.1.Beneficios esperados del uso de herramientas Kaizen*

Tabla 39. Beneficio del uso de la herramienta Kaizen

| **Beneficio** | **Resultado Esperado** |
|---|---|
| Mayor organización y limpieza en la finca | Mejora de la experiencia del turista y condiciones laborales |
| Resolución efectiva de problemas | Reducción de errores y aumento en la calidad del servicio |
| Participación de todos los colaboradores | Mayor compromiso y motivación del equipo |
| Mejora en los estándares del servicio | Clientes más satisfechos y mayor fidelización |

## 3.5.Evaluación del Plan de Mejora Continua

La revisión del plan de desarrollo constante es crucial para asegurar que las medidas adoptadas realmente benefician la experiencia del cliente y el rendimiento del equipo. Este proceso brinda la oportunidad de realizar modificaciones, reforzar iniciativas efectivas y sostener el ciclo de progreso.

Meta: Supervisar y validar cada mes el avance del plan de mejora continua Kaizen, garantizando que las acciones llevadas a cabo produzcan resultados favorables y perdurables.

Tabla 40. Detalles de evaluación del Plan de Mejora Continua

| Aspecto | Descripción |
|---|---|
| Frecuencia | Mensual |
| Responsable principal | Jefe de finca |
| Participantes | Todos los colaboradores (Comité Kaizen) |
| Duración estimada de la evaluación | 1 hora por reunión mensual |
| Herramientas de apoyo | Indicadores, encuestas, checklists, actas de reunión |

Tabla 41. Acciones de evaluación mensual

| Acción | Descripción | Herramienta utilizada |
|---|---|---|
| Evaluar avances de mejoras | Se revisan los cambios implementados durante el mes, analizando si cumplieron el objetivo. | Checklist de implementación |
| Revisar indicadores de satisfacción del cliente | Se analizan los resultados de encuestas aplicadas a los visitantes (escala 1-5). | Formulario de encuesta / Registro de quejas |
| Ajustes o nuevas propuestas | En base a los resultados, se deciden acciones correctivas o nuevas ideas de mejora. | Matriz PDCA / Lluvia de ideas |

Tabla 42. Indicadores claves para la evaluación

| Indicador | Método de medición | Meta mensual |
|---|---|---|
| Nivel de satisfacción del turista | Encuestas post-visita (escala 1 a 5) | Promedio ≥ 4.5 |
| Número de quejas o reclamos | Registro físico o digital de quejas recibidas | ≤ 2 por mes |
| Tiempos de atención al cliente | Observación directa o cronómetro en procesos de atención | Reducción de 10% respecto al mes anterior |
| Propuestas de mejora implementadas | Revisión de actas del comité Kaizen | Al menos 2 acciones nuevas por mes |

### 3.5.1. Resultados esperados

1) Monitoreo regular del rendimiento.
2) Modificaciones adecuadas basadas en pruebas.

3) Progreso constante fundamentado en información concreta.

4) Incremento en la dedicación del grupo al observar resultados favorables.

### 3.6. Informe y socialización de resultados

La creación de reportes y la difusión de los hallazgos son fundamentales para asegurar la claridad, fortalecer la dedicación del grupo y favorecer un ambiente de progreso constante. Este procedimiento estimula la energía del equipo y brinda la oportunidad de celebrar abiertamente los éxitos obtenidos.

Meta: Informar cada mes sobre los progresos del proyecto de mejora continua Kaizen, fomentando la involucración activa del grupo y valorando las aportaciones importantes.

Tabla 43. Detalles del proceso de informe y socialización

| **Aspecto** | **Descripción** |
|---|---|
| Frecuencia del informe | Mensual |
| Responsable de elaboración | Jefe de finca con apoyo del Comité Kaizen |
| Formato del informe | Documento físico o digital con resumen de avances, indicadores y logros |
| Duración de socialización | 20 a 30 minutos por reunión mensual |
| Lugar de socialización | Área común de la finca o sala de reuniones (si existiera) |

Tabla 44. Contenido de informe mensual

| **Sección del Informe** | **Contenido Específico** |
|---|---|
| Resumen de actividades | Acciones implementadas durante el mes (según el ciclo PDCA) |
| Indicadores de desempeño | Nivel de satisfacción del cliente, número de quejas, tiempo de atención, etc. |
| Análisis de resultados | Comparación con metas mensuales, observaciones relevantes del equipo |
| Reconocimientos | Menciones a trabajadores por ideas destacadas o implementación efectiva de mejoras |
| Próximas acciones | Nuevas propuestas o ajustes para el siguiente mes |

Tabla 45. Estrategias de socialización de resultados

| **Estrategia** | **Descripción** |
|---|---|
| Reunión mensual de resultados | Espacio donde se presenta el informe y se discuten aprendizajes y desafíos. |
| Participación | Todos los miembros pueden opinar, sugerir ajustes y proponer nuevas ideas. |
| Reconocimiento simbólico | Aplausos, mención en pizarras internas o tarjetas de agradecimiento. |

Tabla 46. Ejemplos de reconocimiento interno

| Tipo de Reconocimiento | Aplicación |
|---|---|
| "Colaborador del mes" | Se otorga al trabajador con la propuesta de mejora más efectiva. |
| Tarjeta de agradecimiento | Entregada al finalizar la reunión como símbolo de motivación. |
| Mención en cartel informativo | Pizarra con logros y reconocimientos visibles para todos los visitantes. |

### 3.6.1. Resultados esperados

1) Promoción del el sentido de inclusión y la dedicación hacia el avance constante.
2) Aumento de la implicación en la detección de áreas para mejorar.
3) Retroalimentación positiva a través de la valoración de prácticas efectivas.

## 4. Conclusión

El plan propuesto refleja una planificación estructurada que busca no solo implementar mejoras técnicas en los procesos turísticos de la Finca Agro-Turística el Picaflor, sino también fortalecer la mentalidad del equipo hacia una actitud proactiva y de mejora permanente. La sensibilización inicial, la inclusión activa de todos los colaboradores en el comité Kaizen y la ejecución piloto de mejoras priorizadas, permiten anticipar resultados positivos en la satisfacción del cliente y en el ambiente laboral. Aunque aún está en fase de propuesta, su enfoque gradual y adaptable, junto con herramientas sencillas de seguimiento, hacen del proyecto una base sólida para lograr avances sostenibles en el tiempo una vez que se inicie su implementación.

## 5. Recomendaciones

1. **Compromiso sostenido del liderazgo**
    - Se recomienda que el jefe de finca mantenga una participación, constante y ejemplar en todas las fases del proceso Kaizen. Su liderazgo será clave para motivar al equipo y consolidar una cultura de mejora continua.
2. **Capacitación progresiva y práctica**
    - Continuar con espacios formativos breves y periódicos, donde se refuercen los principios Kaizen y se compartan casos prácticos, tanto internos como externos, que inspiren a los trabajadores a aplicar la filosofía de pequeños cambios.
3. **Fomentar una cultura de comunicación abierta**
    - Promover un ambiente donde todos los trabajadores puedan expresar sus ideas y sugerencias sin temor. Las reuniones del comité Kaizen deben mantenerse como espacios colaborativos, valorando cada aportación.
4. **Revisión y actualización de las mejoras propuestas**
    - Establecer un sistema de revisión trimestral del plan, para analizar qué propuestas han generado cambios positivos, cuáles necesitan ajustes y qué nuevas áreas requieren intervención.
5. **Incentivar la participación**
    - Considerar sistemas simbólicos de reconocimiento (como menciones internas o pequeños incentivos) para motivar al personal que proponga ideas útiles, participe activamente o lidere mejoras exitosas.

6. **Ampliación progresiva del enfoque Kaizen**
    - Una vez consolidado el plan en el área de atención al cliente, se sugiere extender gradualmente la metodología a otras áreas de la finca, como producción, logística, manejo de recursos naturales y comercialización.
7. **Documentación y registro continuo**
    - Mantener registros simples pero sistemáticos de todas las acciones implementadas, sus responsables y resultados. Esto facilitará la evaluación, el aprendizaje continuo y la toma de decisiones informadas en el futuro.
8. **Escucha activa al turista como eje de mejora**
    - Implementar permanentemente mecanismos de recolección de sugerencias, quejas o comentarios del visitante, y dar seguimiento a estas observaciones como una fuente directa de mejora del servicio.

## ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA

# Cuestionario para Diagnóstico de Satisfacción del Cliente y Eficiencia del Personal en la Finca Agro-turística El Picaflor

***Objetivo:*** Obtener información relevante
para realizar un diagnóstico exhaustivo sobre la satisfacción del cliente y la eficiencia del personal, así como analizar la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio en la finca agro-turística El Picaflor.

***Instrucciones***
***para el llenado del cuestionario:***

- Marque
  las opciones que correspondan
- Responda
  con sinceridad para poder brindarle un mejor servicio en el futuro.
- La
  información recolectada será utilizada únicamente con fines educativos.

* Indica que la pregunta es obligatoria

**Sección 1: Datos Generales del Cliente**

1. **1. ¿Cuál es su edad? ***

   *Marca solo un óvalo.*

   - ◯ 18-25 años
   - ◯ 26-35 años
   - ◯ 36-45 años
   - ◯ 46-55 años
   - ◯ Mas de 55 años

2. **2. ¿Cuál es su género?** *

*Marca solo un óvalo.*

- ◯ Masculino
- ◯ Femenino
- ◯ Prefiero no decirlo

3. **3. ¿Cuál es su estado civil?** *

*Marca solo un óvalo.*

- ◯ Soltero (a)
- ◯ Casado (a)
- ◯ Divorciado (a)
- ◯ Unión libre
- ◯ Viudo (a)

4. **4. ¿Es la primera vez que visita la finca agro-turística El Picaflor?** *

*Marca solo un óvalo.*

- ◯ Sí
- ◯ No

5. **5. ¿De qué lugar proviene?** *

*Marca solo un óvalo.*

- ◯ Local (Zonas rurales cercanas)
- ◯ Nacional
- ◯ Internacional

Sección 2: Satisfacción con el Servicio

6. **6. ¿Cómo calificaría la amabilidad del personal que le atendió?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

7. **7. ¿Cómo calificaría la rapidez del servicio recibido?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

8. **8. ¿Cómo calificaría la limpieza y el orden en las instalaciones?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

9. **9. ¿Cuánto tiempo tuvo que esperar para recibir el servicio solicitado de visita?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Menos de 5 minutos
- 5-10 minutos
- 11-20 minutos
- Mas de 20 minutos

10. **10. ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos (Actividades turísticas)?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

11. **11. ¿En qué medida el personal respondió de forma eficiente a sus necesidades o problemas?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Muy insatisfecho
- Insatisfecho
- Neutral
- Satisfecho
- Muy satisfecho

Sección 3: Percepción sobre la Calidad del Servicio (Modelo Kaizen)

Kaizen es una filosofía de mejora continua que se basa en la idea de que pequeños cambios constantes pueden generar grandes beneficios a largo plazo.

12. **12. ¿Ha notado mejoras en el servicio durante su visita en comparación con sus visitas anteriores (si aplica)?- (Si es la primera vez que visita la finca escoger no aplica)** *

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- No aplica

13. **13. ¿Considera que la finca agro-turística El Picaflor tiene un enfoque constante en la mejora continua del servicio?** *

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Algo

14. **14. ¿Qué tan eficaz cree usted que sería la implementación de un sistema kaizen para mejorar la calidad del servicio?** *

*Marca solo un óvalo.*

- ◯ Nada eficaz
- ◯ Poco eficaz
- ◯ Moderadamente eficaz
- ◯ Muy eficaz
- ◯ Totalmente eficaz

15. **15. ¿En qué áreas cree que la finca agro-turística El Picaflor debería mejorar? (Marque todas las que apliquen)** *

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Atención al cliente
- ☐ Actividades turísticas
- ☐ Información y orientación
- ☐ Infraestructura

16. **16. ¿Qué le parece la implementación de un sistema de retroalimentación, para que usted como turista pueda compartir sus opiniones y sugerencias sobre su experiencia en la finca?** *

*Marca solo un óvalo.*

- ◯ Mala idea
- ◯ Regular
- ◯ Buena idea
- ◯ Excelente idea

**GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN**

## ANEXO C: RESULTADOS DE ENCUESTA

TECNOLOGICO SAN ANTONIO

# Cuestionario para Diagnóstico de Satisfacción del Cliente y Eficiencia del Personal en la Finca Agro-turística El Picaflor

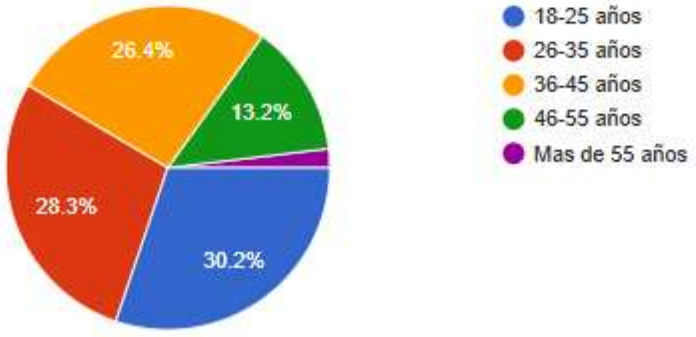
53 respuestas

**Sección 1: Datos Generales del Cliente**

Copiar

1. ¿Cuál es su edad?

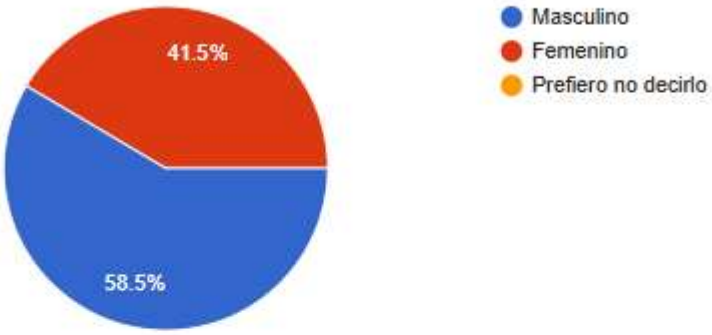
53 respuestas



Copiar

**2. ¿Cuál es su género?**

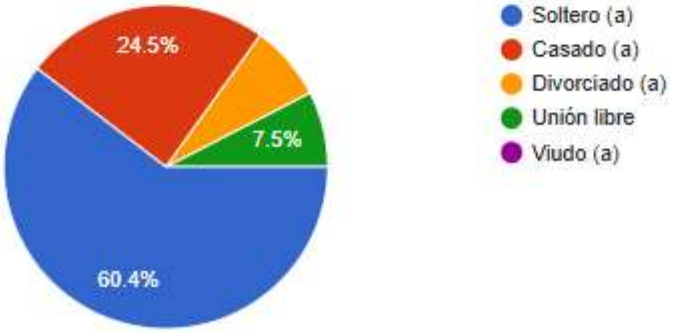
53 respuestas




Copiar

**3. ¿Cuál es su estado civil?**

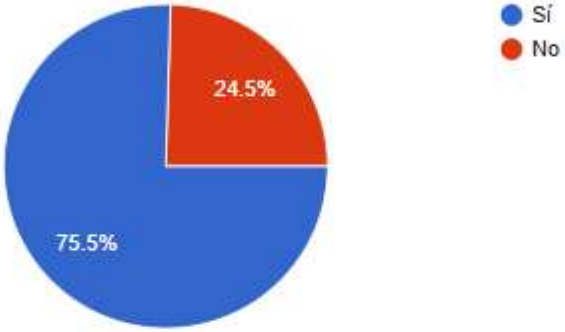
53 respuestas



Copiar

**4. ¿Es la primera vez que visita la finca agro-turística El Picaflor?**

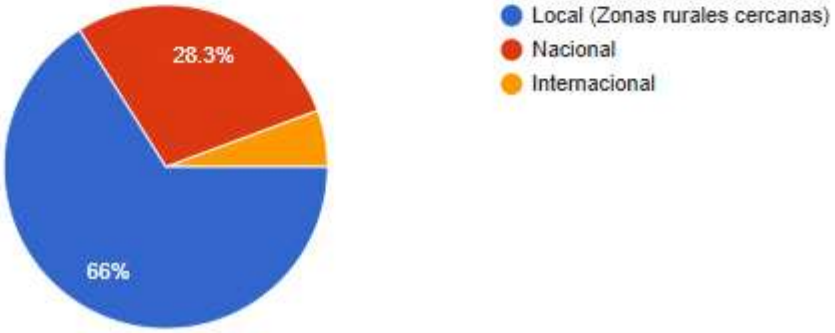
53 respuestas




Copiar

**5. ¿De qué lugar proviene?**

53 respuestas

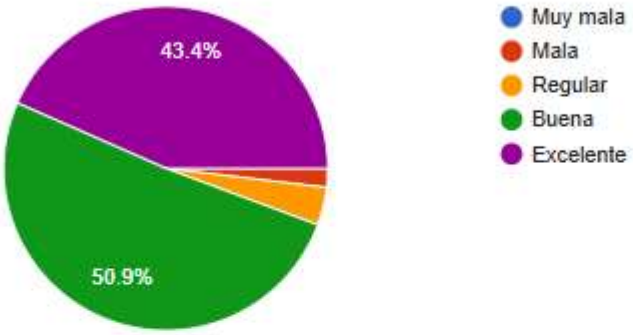


## Sección 2: Satisfacción con el Servicio

Copiar

**6. ¿Cómo calificaría la amabilidad del personal que le atendió?**

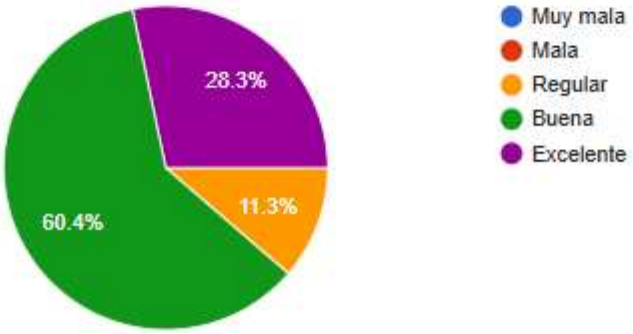
53 respuestas




Copiar

**7. ¿Cómo calificaría la rapidez del servicio recibido?**

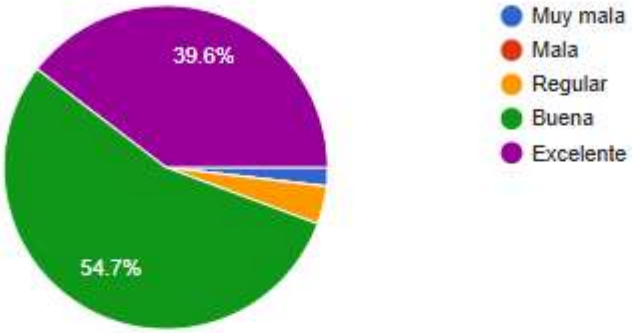
53 respuestas



Copiar

**8. ¿Cómo calificaría la limpieza y el orden en las instalaciones?**

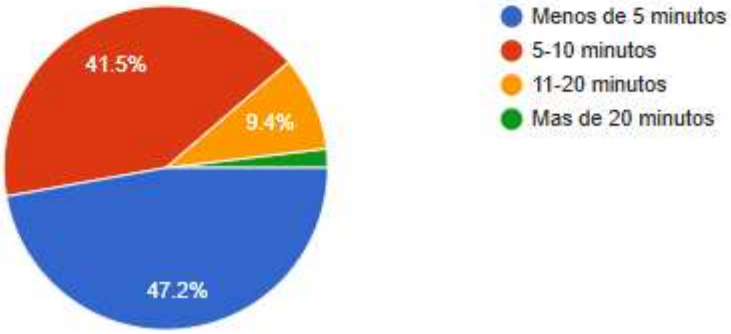
53 respuestas




Copiar

**9. ¿Cuánto tiempo tuvo que esperar para recibir el servicio solicitado de visita?**

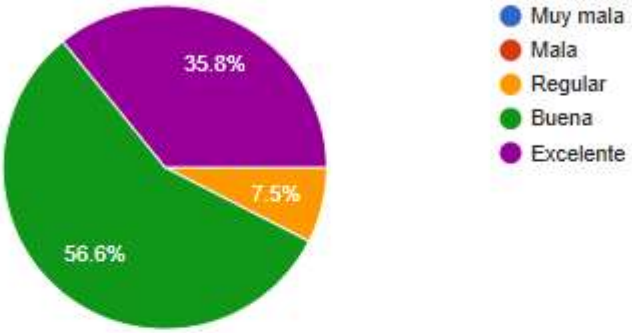
53 respuestas



Copiar

**10. ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos (Actividades turísticas)?**

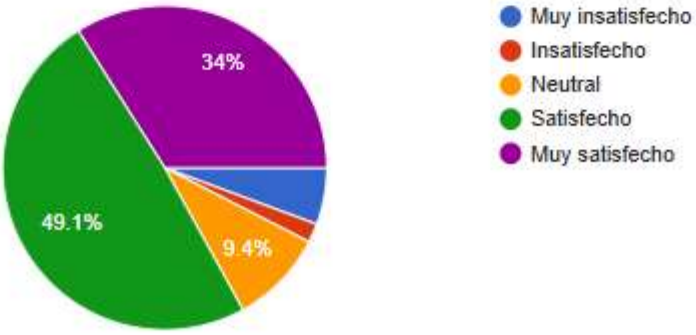
53 respuestas




Copiar

**11. ¿En qué medida el personal respondió de forma eficiente a sus necesidades o problemas?**

53 respuestas

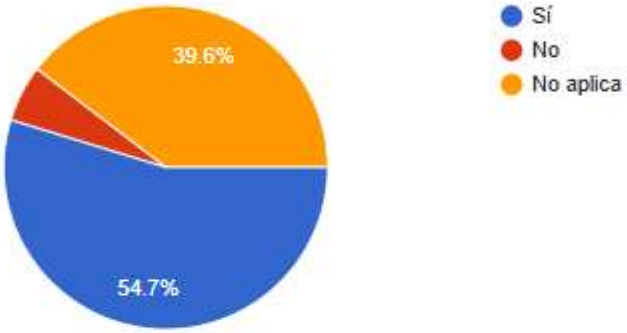


Sección 3: Percepción sobre la Calidad del Servicio (Modelo Kaizen)

Copiar

**12. ¿Ha notado mejoras en el servicio durante su visita en comparación con sus visitas anteriores (si aplica)?- (Si es la primera vez que visita la finca escoger no aplica)**

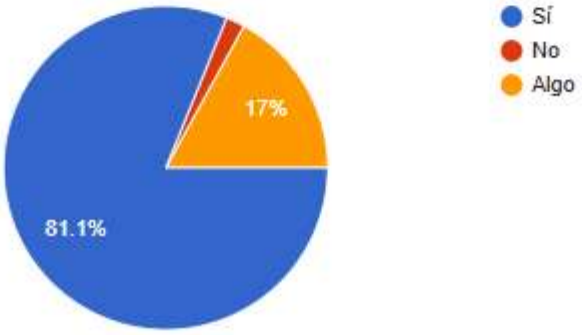
53 respuestas




Copiar

**13. ¿Considera que la finca agro-turística El Picaflor tiene un enfoque constante en la mejora continua del servicio?**

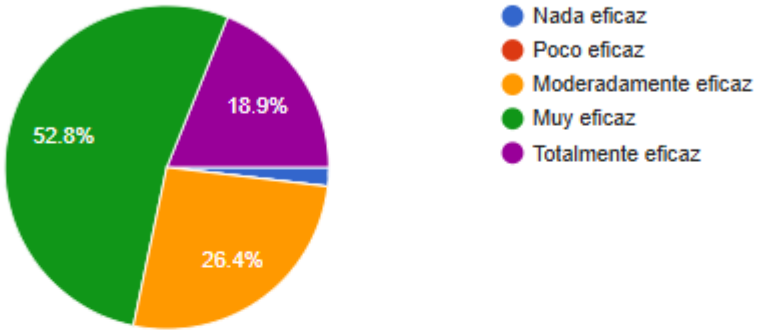
53 respuestas



Copiar

**14. ¿Qué tan eficaz cree usted que sería la implementación de un sistema kaizen para mejorar la calidad del servicio?**

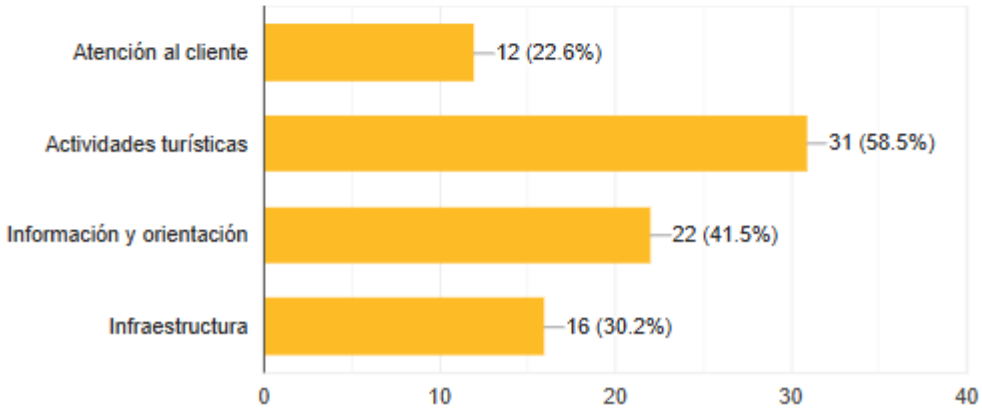
53 respuestas




Copiar

**15. ¿En qué áreas cree que la finca agro-turística El Picaflor debería mejorar? (Marque todas las que apliquen)**

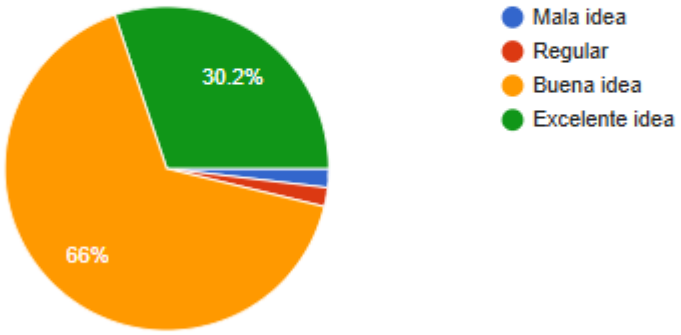
53 respuestas



Copiar

**16. ¿Qué le parece la implementación de un sistema de retroalimentación, para que usted como turista pueda compartir sus opiniones y sugerencias sobre su experiencia en la finca?**

53 respuestas




**GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN**

# CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

# TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **ALVARADO APO DENNISE**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **8%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,28 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

*Pablo Heredia*