



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**CALIDAD DE SERVICIO EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA COMUNA
PECHICHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

LISSETTE KARINA RODRÍGUEZ TOMALÁ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de profesora Tutora del Trabajo de titulación, "**Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023**", elaborado por la Sra. Lissette Karina Rodríguez Tomalá, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

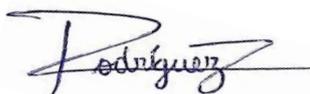
Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Auditoría del trabajo

El presente trabajo de Titulación denominado “**Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Lisette Karina Rodríguez Tomalá** con cédula de identidad número **0928224385** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,



Rodríguez Tomalá Lisette Karina

C.C No: 0928224385

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios, por brindarme salud, por guiar mi camino, por permitirme alcanzar este objetivo, por concederme la sabiduría y fortaleza necesaria para no rendirme.

A mis padres, Edilson Rodríguez y Karina Tomalá, por ser esos pilares más importantes y fundamental en mi vida, por demostrarme siempre su apoyo incondicional, a mis hermanos por estar presente en este proceso.

También quiero expresar mi gratitud a mi novio J.M por motivarme, apoyarme, ayudarme y estar siempre a mi lado incondicionalmente.

A mi tutora la Ing. Sabina Villón que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo, a los docentes por los conocimientos impartidos en todos estos años de carrera.

Y, por último, quiero expresar mi agradecimiento a los propietarios de los emprendimientos que me brindaron su apoyo para llevar a cabo mi investigación.

Rodríguez Tomalá Lissette Karina

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por brindarme las fuerzas necesarias y no dejarme desmayar en este largo proceso, para seguir adelante y cumplir mis sueños.

A mis padres, por todo el esfuerzo y sacrificio que han hecho para que yo pueda culminar una etapa más en mi vida.

A toda mi familia por su respaldo y palabras de aliento en momentos difíciles.

A mis abuelitos paternos Rene Rodríguez y Lila Villón, abuelitos maternos Jorge Tomalá y Rosa Ricardo, que han sido una fuente de motivación en mi vida. Gracias a todos por ser parte de este logro.

Rodríguez Tomalá Lissette Karina

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.

**Director de la Carrera
Administración de Empresas**

Ing. Divar Castro Loor, Mgs.

Profesor Especialista

Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Profesor Tutor

Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Profesor Guía de la UIC

Lcda. Julissa González González

**Secretaria de la Carrera
Administración de Empresas**

Índice general

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción	14
Capítulo I	22
Marco referencial.....	22
Revisión literaria.....	22
Desarrollo teorías y conceptos	26
Calidad de servicio	26
Atención al cliente.	26
Amabilidad.....	27
Satisfacción.....	27
Expectativa.....	27
Fiabilidad.	28
Compromiso del personal.	28
Eficiencia.	28
Transparencia.....	28
Empatía.	29
Comunicación clara y comprensible.....	29
Trato cordial y amable.	29
Capacidad de adaptación.....	29
Ciclo de Deming.	30
Fundamentación legal.....	30
Capítulo II.....	33
Metodología	33
Diseño de la investigación	33

Métodos de investigación	33
Población y muestra	34
Recolección y procesamiento de datos	35
Capítulo III.....	38
Resultados y discusión.....	38
Análisis de los resultados de la entrevista.....	38
Análisis de los resultados de la encuesta	43
Discusión.....	60
Propuesta.....	62
Introducción	62
Nombre de la propuesta	62
Objetivo.....	62
Justificación	62
Beneficios	63
Estructura de la propuesta.....	64
Conclusión	66
Conclusiones	67
Recomendaciones	69
Referencias.....	70
Apéndices.....	73

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Población</i>	35
Tabla 2 <i>Confiabilidad</i>	36
Tabla 3 <i>Edad</i>	43
Tabla 4 <i>Sexo</i>	44
Tabla 5 <i>Actitud</i>	45
Tabla 6 <i>Amabilidad</i>	46
Tabla 7 <i>Personal dueño</i>	47
Tabla 8 <i>Servicio</i>	48
Tabla 9 <i>Emprendimientos</i>	49
Tabla 10 <i>Empleados</i>	50
Tabla 11 <i>Eficiente</i>	51
Tabla 12 <i>Óptima recursos</i>	52
Tabla 13 <i>Confiar empleados</i>	53
Tabla 14 <i>Seguro</i>	54
Tabla 15 <i>Clara comprensible</i>	55
Tabla 16 <i>Materiales informativos</i>	56
Tabla 17 <i>Ambiente agradable</i>	57
Tabla 18 <i>Perspectiva</i>	58
Tabla 19 <i>Flexibilidad</i>	59
Tabla 20 <i>Foda</i>	64

Índice de figuras

Figura 1 <i>Edad</i>	43
Figura 2 <i>Sexo</i>	44
Figura 3 <i>Actitud</i>	45
Figura 4 <i>Amabilidad</i>	46
Figura 5 <i>Personal dueño</i>	47
Figura 6 <i>Servicio</i>	48
Figura 7 <i>Emprendimientos</i>	49
Figura 8 <i>Empleados</i>	50
Figura 9 <i>Eficiente</i>	51
Figura 10 <i>Óptima recursos</i>	52
Figura 11 <i>Confiar empleados</i>	53
Figura 12 <i>Seguro</i>	54
Figura 13 <i>Clara comprensible</i>	55
Figura 14 <i>Materiales informativos</i>	56
Figura 15 <i>Ambiente agradable</i>	57
Figura 16 <i>Perspectiva</i>	58
Figura 17 <i>Flexibilidad</i>	59

Apéndices

Apéndices 1 <i>Matriz de contingencia</i>	73
Apéndices 2 <i>Cronograma</i>	74
Apéndices 3 <i>Entrevista</i>	75
Apéndices 4 <i>Entrevista</i>	77
Apéndices 5 <i>Validación de los instrumentos</i>	79
Apéndices 6 <i>Entrevista experto</i>	83
Apéndices 7 <i>Encuesta usuarios</i>	83
Apéndices 8 <i>Certificado antiplagio</i>	84



Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, años 2023.

AUTOR:

Rodríguez Tomalá Lissette Karina

TUTOR:

Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Resumen

En el actual mundo empresarial, la calidad de servicio se ha convertido en un elemento diferenciador crucial para las organizaciones y empresas, permitiéndoles destacar positivamente frente a sus competidores. Para entender a fondo las necesidades y expectativas de los clientes, es esencial medir su percepción a través de una evaluación del servicio ofrecido. Este trabajo de investigación tiene como objetivo: Analizar cómo la calidad del servicio fortalece los emprendimientos de la comuna Pechiche. La metodología, está direccionada a un diseño no experimental y transversal, también un alcance descriptivo, con enfoque mixto, basados en los métodos inductivo y analítico, para la recolección de datos se emplearon dos instrumentos como la entrevista que fue dirigida a 2 propietarios de los emprendimientos, 2 expertos en el tema y la encuesta a 170 clientes. Los resultados derivados de estos instrumentos revelaron un deficiente conocimiento entre los propietarios de los negocios en materia de calidad de servicio, adicionalmente se evidenció una ausencia de programas de capacitación y una carencia de la implementación de estrategias efectivas para atraer y retener clientes, frente a esta situación se concluye, que es importante desarrollar e implementar estrategias orientadas a fortalecer la calidad del servicio, con el objetivo de satisfacer las expectativas de los clientes.

Palabras clave: *Calidad, Servicio, Satisfacción, Clientes, Emprendimientos.*



**Quality of service in the enterprises of the commune Pechiche, province of Santa Elena,
year 2023.**

AUTHOR:

Rodríguez Tomalá Lissette Karina

TUTOR:

Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Abstract

In today's business world, service quality has become a crucial differentiating element for organizations and companies, allowing them to stand out positively from their competitors. To thoroughly understand customers' needs and expectations, it is essential to measure their perception through an evaluation of the service offered. This research work aims to: Analyze how the quality of service strengthens the ventures of the Pechiche commune. The methodology is aimed at a non-experimental and transversal design, also a descriptive scope, with a qualitative and quantitative approach, based on inductive and analytical methods, for data collection two instruments were used such as the interview that was directed to 2 owners of the ventures, 2 experts on the subject and the survey of 170 clients. The results derived from these instruments revealed a deficient knowledge among business owners regarding service quality; additionally, an absence of training programs and a lack of implementation of effective strategies to attract and retain customers were evident, in the face of this The situation concludes that it is important to develop and implement strategies aimed at strengthening the quality of service, with the aim of satisfying customer expectations.

Keywords: *Quality, Service, Satisfaction, Customers, Entrepreneurship.*

Introducción

En el competitivo mundo empresarial, la calidad del servicio se posiciona como un elemento fundamental para el éxito de las organizaciones, esta se convierte en un valor agregado que las diferencia positivamente de sus rivales, atrayendo y fidelizando clientes. Conocer las percepciones de los clientes sobre el servicio prestado es crucial para identificar áreas de mejora e implementar estrategias que brinden un valor adicional. Esto se traduce en una mayor satisfacción del cliente, lo que a su vez aumenta las posibilidades de fidelización y de atraer nuevos consumidores.

Alcanzar la calidad es un desafío complejo, pero indispensable para satisfacer las expectativas del cliente y, por ende, para el éxito de cualquier organización, todos los esfuerzos deben estar dirigidos a este objetivo primordial, la satisfacción del cliente. En el entorno empresarial actual, la calidad de servicio ha adquirido una relevancia preponderante, especialmente en el sector de los servicios. Para destacarse en el mercado y obtener una ventaja competitiva, las empresas deben ofrecer productos y servicios de la alta calidad. Los consumidores de hoy en día son cada vez más exigentes en este sentido y comprender sus deseos y expectativas es crucial para cumplir con sus demandas.

También se considera que la calidad del servicio es un factor clave para la satisfacción del cliente, pero no es el único aspecto importante. Para lograr una práctica coherente, los proveedores de servicios deben seguir directrices esenciales para mejorar sus operaciones. Esto incluye escuchar a los clientes y mantener una relación cercana con ellos para comprender sus inquietudes, quejas y sugerencias.

En el ámbito empresarial la calidad del servicio mantiene una relación innata con el éxito y la competitividad de una organización. Expresa de manera simple la esencia de proporcionar una experiencia excepcional a los clientes. Haciendo vibrar el entorno de la empresa. Es una herramienta poderosa que ayuda a dar forma a los métodos y factores que influyen en la percepción de los clientes sobre la calidad. Implica la aplicación de estándares riguroso en todos los aspectos del servicio, desde la atención al cliente hasta la entrega de productos o servicios.

A escala global, el problema de la calidad es de gran importancia en el sector económico, ya que contribuye significativamente y es la principal herramienta para la competitividad y posicionamiento de los productos o servicios ofrecidos para satisfacer las

necesidades de los clientes en el mercado. Técnicamente hablando. El concepto de calidad del servicio es el enfoque que utiliza una empresa para satisfacer las necesidades de los clientes.

Actualmente, la competitividad de diversas unidades económicas, desde grandes empresas hasta pequeñas empresas, ha aumentado significativamente, uno de los factores decisivos de su éxito suele ser la calidad del servicio y la capacidad de satisfacer a los clientes. Debido a la competencia cada vez mayor, toda empresa, microempresa o empresa orienta a encontrar conocimientos y métodos que permitan la mejora interna para lograr una calidad que también se verá reflejada en los servicios prestados.

En Ecuador, a raíz de la pandemia se generaron innumerables negocios nuevos y la competencia se ha identificado a medida que ha aumentado la capacidad de las personas para identificar oportunidades y generar ideas de negocios. Todo aquel que ofrece productos similares tiene tendencia a crecer, y cada lugar, negocio o empresa busca la manera de tener algo diferente a otras tiendas, agregando valor.

Para que una empresa o negocio sea competitivo, es esencial adquirir productos o servicios de alta calidad a un costo adecuado, acompañado de una gestión eficaz. Esto también debe incluir la capacidad de ofrecer un trato agradable a los usuarios. Por lo tanto, es fundamental mejorar la calidad de los productos o servicios, de los procesos de gestión y atención al cliente. En consecuencia, la calidad se convierte en un elemento estratégico a través del cual la organización puede obtener una ventaja diferenciada, lo cual es crucial para su supervivencia y crecimiento.

El objetivo de toda organización, empresa o emprendimiento debe ser siempre tener en cuenta que el cliente es el elemento más crucial en el negocio. Por lo tanto, es fundamental y necesario implementar factores o estrategias que faciliten el desarrollo de una experiencia única y satisfactoria para el cliente, quien se fidelizará y se convertirá en el mejor promotor del negocio. Este tipo de promoción actuará como el marketing eficaz, difundiendo los emprendimientos en el sector y proporcionando una característica diferenciadora o un valor agregado que resultará extremadamente beneficioso para los establecimientos.

El entorno en el que se desarrollan las actividades comerciales en la provincia de Santa Elena, específicamente en la comuna Pechiche, ha experimentado un aumento de emprendimientos como consecuencia de la pandemia. Estos nuevos negocios cuentan con un gran número de consumidores y ofrecen una amplia gama de productos de primera necesidad, además diversos servicios que buscan satisfacer las necesidades de la comunidad, no obstante,

la competitividad entre ellos se incrementa continuamente, lo que hace necesario fortalecer sus capacidades para que puedan mantenerse en el mercado.

De la misma manera, las relaciones con los clientes son fundamentales para el crecimiento y la estabilidad de los emprendimientos. Un alto nivel de satisfacción del cliente en una empresa puede generar beneficios significativos, como una posición competitiva más robusta y un aumento en la participación de mercado, lo que tiene un efecto positivo en su desempeño financiero o en su posición en el mercado. Por esta razón es crucial que las empresas comprendan hasta qué punto de sus clientes puedan estar satisfechos con los bienes o servicios que reciben.

La información obtenida a partir de este trabajo de investigación debería ser de gran utilidad para los propietarios de los emprendimientos en su toma de decisiones especialmente en lo relacionado con los aspectos en los que los negocios deben enfocarse para mejorar el servicio, según la percepción de sus clientes. Si no se considera esta información, los negocios podrían desperdiciar recursos al actuar sobre asuntos que ellos consideran cruciales, pero que no son importante para sus clientes.

Para sintetizar con precisión el **planteamiento del problema** en este estudio, se parte de la necesidad de que las empresas se enfoquen en alcanzar una alta demanda de ingresos, lo cual abarca la competitividad, el análisis de mercado, la comprensión de factores internos y externos, así como las expectativas y deseos de los clientes. En este ámbito la gestión, los problemas relacionados con la calidad del servicio suelen surgir de ineficiencias en la planificación estratégica, la toma de decisiones e incluso en las funciones operativas. Todos estos elementos deben alinearse bajo un mismo tema la satisfacción del cliente. Toda empresa u organización debe reconocer que el cliente es el eje central, por lo que todos los empleados deben proporcionar una atención enfocada en una gestión eficiente.

Si bien se sabe que la calidad del servicio implica una serie de acciones que deben llevarse a cabo de manera correcta para ofrecer valor, como la logística, entrega de proveedores, los recursos humanos, la atención al cliente, las admisiones entre otros, cada departamento y procedimiento debe estar adecuadamente establecido y organizados para asegurar la satisfacción del usuario. América Latina, el servicio al cliente no es una prioridad para las empresas u organizaciones a diferencia de países como Estados Unidos, España y China, donde estos procesos se mejoran continuamente. En cambio, los países latinoamericanos, la experiencia del cliente se ve perjudicada por enfoques comerciales obsoletos. Cabe destacar

que uno de los problemas principales que enfrentan las empresas es que muchas aun consideran que un buen servicio al cliente es solo un diferenciador frente a la competencia, en lugar de un requisito esencial para su supervivencia en el mercado.

El problema surge cuando una empresa no satisface las expectativas de los clientes, ya sea en el ámbito de calidad del servicio, capacidad de respuesta o la experiencia negativa que un cliente experimenta al momento de adquirir un producto como consecuencia la falta de atención o por cualquier fallo en los productos o servicios que puedan presentarse. La excelencia en el servicio no debe verse como una determinación de manera táctica o con un enfoque estratégico. Por el contrario, se deben considerar todos los elementos en los distintos niveles de gestión. En la actualidad, se advierte que la percepción y las demandas del consumidor impulsan la economía del mercado.

Las quejas frecuentes sobre la calidad del servicio al cliente en Ecuador son un tema recurrente, los expertos en este ámbito indican que la poca investigación, datos desactualizados y no existen protocolos adecuados para garantizar un buen servicio al cliente. Sin embargo, aunque hay excepciones a estos problemas mencionado, se reconoce que la mayoría de las veces se presentan fallas, en todo caso esto se debe principalmente a dos razones, primero la falta de cultura adecuada al tratar con los clientes y segundo la enseñanza básica en las instituciones educativas sobre la importancia de mantener satisfechos a los usuarios.

De acuerdo con Velázquez dice que las encuestas realizadas por el INEC señalan que el 7% de la población entrevistada, las razones de quejas o reclamos en las instituciones públicas es por la insuficiente información que corresponde a un 14.3%, mientras que la falta de profesionalismo de funcionarios es de 15.8% y de compensación del problema corresponde a 8 a un 24.6% convirtiéndose Ecuador en el sexto país con altos índices de eficiencia en servicio público.

Otro factor importante es la ausencia de liderazgo efectivo, rendimiento y capacidad de respuesta por parte del personal administrativo en las instituciones, esto se evidencia en las interacciones directas con el público, lo cual influye en la percepción de la calidad del servicio y, por ende, en la satisfacción del cliente. Esta situación hace inevitable que una empresa que no está comprometida con la producción de calidad pierda la confianza de sus clientes.

En los aspectos claves se incluyen las deficiencias en el sistema económico activo del mercado, la capacitación y generación de preferencias de los clientes, la fidelidad hacia la calidad de los productos o servicios para promover el crecimiento sostenible de la empresa.

Estos son los factores que podrían distanciar a los consumidores de las empresas. Estos elementos contribuyen a que los clientes pierdan interés en visitar un establecimiento para adquirir productos y busquen otras alternativas para satisfacer sus necesidades. La satisfacción del cliente juega un papel crucial en las operaciones comerciales debido a que los clientes satisfechos representan un activo y es más probable que recomienden la empresa o vuelvan a utilizar sus servicios, lo que resultaría en ingresos significativos.

En la comuna Pechiche, hay un notable incremento en la actividad comercial, ya que se está viendo el surgimiento gradual de nuevos negocios que están ganando importancia. Sin embargo, debido a que es una comunidad pequeña, es común que existan negocios similares como tiendas, generando esto una mayor competencia entre ellos, lo que conduce a la lealtad de los clientes, quienes prefieren acudir a los establecimientos donde reciban un mejor servicio.

De tal manera, se ha observado que otra razón es la demora en la atención al cliente por parte de los empleados o propietarios de los negocios, esto lleva a los consumidores a buscar alternativas de comprar en otros locales, ya que nadie desea esperar demasiado tiempo para ser atendido. Este factor provoca una disminución en las ventas, poca rentabilidad en los emprendimientos y consecuentemente, una pérdida de competitividad en los negocios.

En resumen, el problema tiene múltiples causas, por lo tanto, es crucial llevar a cabo revisiones y seguimientos adecuados que permitan ofrecer respuestas eficaces a las necesidades de los clientes. Así mismo, es importante desarrollar alternativas o estrategias que fomenten la satisfacción de los usuarios, con el fin de cumplir con todas sus expectativas y requerimientos de manera efectiva.

De acuerdo con lo expuesto en el planteamiento y tras un análisis detallado en este estudio, se formula el **problema de investigación** con la siguiente pregunta:

- ✚ ¿De qué forma la calidad del servicio fortalece los emprendimientos de la comuna Pechiche?

Para complementar la información sobre la problemática investigada, se **sistematiza el problema investigado**, según se detalla en las siguientes preguntas diseñadas a continuación:

- ✚ ¿Cuál es la situación actual referente a la calidad del servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?
- ✚ ¿Cuál es la percepción de los usuarios, respecto a la calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?

- ✚ ¿Cuáles son las estrategias necesarias para el fortalecimiento de la calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?

Con lo antes expuesto, el **objetivo general** de este estudio es: Analizar cómo la calidad del servicio fortalece los emprendimientos de la comuna Pechiche.

Para alcanzar el objetivo de la investigación, se han establecidos los siguientes **objetivos específicos**.

- ✚ Diagnosticar la situación actual referente a la calidad del servicio brindado en los emprendimientos de la comuna Pechiche.
- ✚ Evaluar la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio brindado en los emprendimientos de la comuna Pechiche.
- ✚ Plantear estrategias de la calidad de servicio, que permitan el fortalecimiento en los emprendimientos de la comuna Pechiche.

Por otra parte, **la justificación teórica** de este estudio se centra en la implementación de estrategias destinadas a mejorar la calidad del servicio, con el objetivo final alcanzar la satisfacción de los usuarios de la comuna Pechiche. Para ello se han utilizado criterios derivados del análisis de trabajos de titulación, libros, revistas y artículos especializados en calidad del servicio. Así mismo, se ha establecido una base para el desarrollo óptimo a través de métodos como entrevistas y encuestas, los cuales proporcionan información importante para la investigación.

La importancia de llevar a cabo este estudio radica en la necesidad que tienen las empresas en la actualidad de explotar diversas alternativas para alcanzar reconocimiento y prestigio en la calidad de los servicios que ofrecen. Es fundamental para cualquier institución mantener su estabilidad financiera logrando mantener un equilibrio en sus estados económicos que les permita estar preparado para responder y aprovechar nuevas oportunidades de negocio. No obstante, para lograr un crecimiento sostenible, es imperativo que las organizaciones establezcan un entorno propicio que garantice una gestión eficiente y operaciones productivas. Este enfoque no solo asegura el éxito en la entrega de servicios de primera calidad, sino que también equilibra las finanzas en términos de cobertura y excelencia.

Según la investigación, el crecimiento del comercio de emprendimientos juega un papel crucial, ya que no solo fomenta la creación de empleos, sino que también contribuye al desarrollo económico del país. Sin embargo, es esencial que cada uno de estos negocios

garantice una atención al cliente excepcional tanto durante como después de la compra potencial, esto no solo asegura la satisfacción del consumidor y a su vez fomenta el deseo de los clientes de volver a la empresa estableciendo así relaciones a largo plazo y fidelización hacia la organización.

La **justificación práctica** es una contribución significativa para los propietarios de los emprendimientos de la comuna Pechiche, al evidenciar los beneficios de ofrecer más que un simple producto o servicio, se enfatiza en la importancia de crear experiencias positivas para los consumidores, resaltando como esto conduce a niveles más altos de satisfacción. Este enfoque busca abordar las deficiencias en los servicios de atención al cliente de los emprendimientos locales, con el objetivo de mejorar la satisfacción del cliente, este incremento a su vez debería traducirse automáticamente en un aumento de la productividad, así como el crecimiento y desarrollo de los negocios. Se aspira a proporcionar una ventaja competitiva sobre los principales rivales del mercado, lo que permitirá diferenciarse y asegurar la permanencia y el posicionamiento en el mercado local.

La investigación propone implementar estrategias de mejora continua en los procesos y la administración de servicios para aumentar la satisfacción y la calidad de los servicios ofrecidos, se busca sistematizar las actividades con el objetivo de eliminar cuellos de botella, reducir costos y tiempos de servicio, y maximizar las experiencias positivas de los usuarios. Se pretende establecer un sistema de gestión de calidad que incluya un plan específico de mejora destinado exclusivamente a satisfacer a los clientes de los emprendimientos. Este enfoque también está diseñado para impulsar el logro de los objetivos de la empresa al agregar valor a los productos y servicios. En última instancia, estas medidas contribuirán a crear y mantener ventajas competitivas que diferencien a la empresa de sus competidores.

Los clientes son fundamentales para el éxito de cualquier empresa o negocio, es esencial conocerlos, categorizarlos y empatizar con ellos para anticipar sus necesidades potenciales, lo que permitirá construir un negocio sólido y exitoso. Entender el comportamiento de los consumidores facilita una mejor comprensión de sus necesidades, lo cual contribuye a satisfacerlas de manera más efectiva y a mejorar la experiencia de uso en los servicios ofrecidos por los emprendimientos.

Por consiguiente, la **idea a defender** es: La implementación de estrategias de calidad de servicio permitirán la satisfacción y fidelización de los clientes en los emprendimientos de la comuna Pechiche.

La estructura del trabajo de titulación contiene introducción que abarca el planteamiento del problema, la sistematización, formulación del problema, objetivos, justificación, idea a defender y comprender los siguientes capítulos:

Capítulo I, se refiere a la revisión de literatura y marco teórico, en este se desarrollan la teorías, conceptos y fuentes bibliográficas relacionadas con trabajos científicos similares que se centran en la calidad de servicio. Además, se definen los fundamentos legales que respaldan este estudio.

Capítulo II, abarca la metodología, los materiales y métodos utilizados para la obtención de datos en la investigación, esto incluye la población, muestra, técnicas para la recolección de la información y el procesamiento de datos.

Capítulo III, se detallan los resultados y la discusión de la información recolectada, abordando tanto los análisis de datos cualitativos y cuantitativos, los hallazgos obtenidos de la investigación. Finalmente se incluyen las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliografías y el apéndice.

Capítulo I

Marco referencial

En este capítulo se considera antecedentes del estudio a nivel internacional, nacional y local que analiza la variable planteada en la investigación, lo cual es: calidad de servicio. De la misma manera, en esta sección se señalan conceptos que tienen fundamentos teóricos, como la definición de la variable, dimensiones e indicadores, por último, la fundamentación del estudio.

Revisión literaria

De acuerdo con Gómez & Luján (2022) en su artículo científico denominado: “Modelo teórico de gestión de la calidad de servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana” dice que el objetivo de este artículo es formular un modelo de calidad de servicio que permita el fenómeno de la competitividad de restaurantes de cocina tradicional ecuatoriana de la ciudad de Guayaquil.

El diseño de investigación es no experimental descriptivo, predictivo. La técnica encuesta fue aplicada a 304 clientes de restaurantes de comida típica ecuatoriana. Tuvo un instrumento con treinta y dos ítems para la variable gestión de la calidad y 64 para la variable competitividad. Los datos fueron analizados mediante pruebas estadísticas de regresión logística ordinal.

Entre los resultados más importantes, el modelo teórico indica una competitividad desfavorable relacionada con el servicio brindado por los establecimientos, deficientes protocolos de bioseguridad y desconexión de la arquitectura de los establecimientos con el entorno cultural costeño ecuatoriano.

Por su parte, en el artículo de Huilcapi et al., (2021), cuyo título es: “Gestión de calidad una reflexión sobre la fidelización de clientes en pymes y emprendimientos locales”, explica que las empresas grandes, medianas y pequeñas, aspiran desarrollarse envueltas en el incesante avance tecnológico, las innovaciones han alcanzado importantes dimensiones que demuestran el grado de la gestión de la calidad para fidelizar a los clientes, proceso que demanda de responsabilidad, constancia y perseverancia por la calidad.

Tuvo como objetivo general analizar la gestión de la calidad como pilar fundamental para la fidelización de clientes. Además, se utilizó la metodología cuantitativa en la investigación, la misma que permitió detallar y analizar la problemática relacionada con la

gestión de calidad para fidelización de los clientes, así como la recolección de los datos cuantitativos a través de las encuestas realizadas a treinta responsables de pymes y emprendedores, metodología que ha permitido identificar las aportaciones de la calidad de varios autores, como un requisito para satisfacer a los clientes y fidelizarlos, se aplicó cuestionarios de preguntas involucradas.

Uno de los resultados de la investigación, identificó que los emprendedores, con conocimiento en diferentes áreas logran vender sus productos o servicios; sin embargo, la calidad positiva depende de su capacidad de idear y desarrollar productos con más plus que los de la competencia, por lo que es importante que el emprendedor se capacite constantemente para que pueda innovar y ofrecer productos o servicios que atraigan a los consumidores; frente a estas versiones la estrategia es la innovación, reinención de los productos y servicios con calidad para competir.

En conclusión, la gestión de la calidad es sin duda alguna una magnífica estrategia de fidelización y un factor relevante para asegurar la permanencia de cualquier tipo de pymes y emprendimientos en el mercado y un segmento estratégico para la economía de cualquier sector, región o país.

Para Contreras, Fernández & Segura (2019) en su artículo científico titulado: “Evaluación de la calidad en el servicio mediante el modelo Servqual a una microempresa chocolatera” mencionan que el nivel de competitividad y permanecía dentro cualquier sector depende de la calidad del servicio que se ofrece “La chocolatera” como actividad propia del sector industrial, desconoce su nivel de calidad del servicio, por lo que ha utilizado el Modelo Servqual para medirlo.

El objetivo es analizar y comparar el nivel de satisfacción del cliente de la microempresa Chocolatera en la ciudad de Metepec., mediante la adaptación y aplicación del instrumento Servqual. El cual se logra cuando las expectativas que se generan antes de recibir un servicio son superadas por el valor que se percibe una vez que lo ha recibido. La metodología que se utilizó es de carácter cuantitativo y cualitativo con el enfoque de tipo descriptivo y transversal.

En los resultados se observó un porcentaje de satisfacción global en el servicio de 79,38 % en la escala de Likert del 0 al 10, lo que significó un servicio moderadamente satisfactorio, con un índice de calidad en el servicio de Servqual de 0,93 lo que significa contar con clientes moderadamente satisfechos. Para concluir, la escala Servqual permite cuantificar los aspectos

subjetivos de la calidad del servicio, es una herramienta importante en la medición de la calidad y satisfacción del servicio de la microempresa Chocolatera.

Según Alarcón (2021) en su tesis denominada: “La calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021”, comenta que las cafeterías presentan descuido en la organización, ya que no se preocupan por trabajar en la asistencia, lo que refleja en la fidelidad de los consumidores. Es por aquello se realizó la presente investigación, con la intención de determinar el grado de fidelidad de los consumidores y así poder desarrollar más la ayuda presentada por las cafeterías para el fin planteado como objetivo: Proponer las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021.

La metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño No experimental – transversal. La población fue de 14 pymes cafeterías, a muestra tomada fue probabilística de tipo censal. Su técnica fue la entrevista y el instrumento un cuestionario con el que un 42,86% de representantes de las pymes del rubro cafeterías manifestaron que muy pocas veces se toman medidas para brindar un servicio de calidad, respectos a la sostenibilidad de los emprendimientos un 42,86% de representantes de las pymes del rubro cafeterías los que manifestaron que muy pocas veces.

Se concluyó proponiendo las mejoras de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021. En la cual se identificó los factores relevantes acerca de la calidad de los servicios ya con que sus componentes se puede determinar las deficiencias, fortalecerlas y asegurar la rentabilidad de las empresas y trascender en el tiempo.

Desde la perspectiva Coronel (2022) en su tesis titulada “Calidad de atención y satisfacción del cliente en la empresa de calzados GMAA, Chiclayo” tuvo como objetivo establecer la correlación entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente en la empresa de calzados GMAA, Chiclayo.

El estudio se llevó a cabo mediante un enfoque descriptivo y cuantitativo, sin manipulación experimental, empleando un diseño correlacional de corte transversal. Se trabajó con una población total de 2018 clientes, aplicando un censo completo sin recurrir a muestreo. La recolección de datos se realizó mediante la técnica de encuesta, utilizando dos cuestionarios

distintos para abordar los objetivos específicos plantearos. Para evaluar la relación entre las variables estudiadas, se empleó el coeficiente de correlación de Spearman.

Los hallazgos más relevantes del estudio revelan que la calidad de atención se situó en un nivel bajo, con solo un 21% de valoración positiva. Esta deficiencia se atribuye a diversos problemas identificados en las dimensiones analizadas, destacando particularmente las áreas de proceso y resultado, que mostraron altos niveles de insuficiencia. Estos aspectos se ven a su vez influenciados negativamente por sus respectivos indicadores. Se infiere la existencia de un trato desigual hacia los clientes, lo que subraya la necesidad de implementar estrategias de mejora para corregir las falencias detectadas. En consonancia con estos resultados, la satisfacción del cliente también se encontró en un nivel preocupante, con un 53% de insatisfacción.

El estudio concluye que la calidad de atención en la empresa de calzados GMMA en Chiclayo se califica como deficiente. Esta valoración se debe a que dos de las tres dimensiones evaluadas mostraron altos porcentajes negativos, lo que evidencia la necesidad de implementar medidas correctivas. Respecto a la satisfacción del cliente, también se identificó como deficiente en la empresa GMMA de Chiclayo. Este resultado se atribuye a los altos porcentajes negativos encontrados en cuatro de las cinco dimensiones analizadas. Por consiguiente, se recomienda enfocar los esfuerzos en mejorar los indicadores que obtuvieron las puntuaciones más bajas.

En cuanto a Alvarez (2022) en su tesis nombrada “Atención al cliente y fidelización de la demanda en los almacenes de electrodomésticos de la ciudad de Jipijapa, período 2019 – 2021” donde tuvo como principal objetivo analizar el impacto de la atención al cliente sobre la fidelización de la demanda en los almacenes de electrodomésticos de la ciudad Jipijapa, período 2019 – 2021.

El estudio se llevó a cabo empleando un enfoque mixto, combinando metodologías cualitativas y cuantitativas. Se adoptó un alcance descriptivo, sin manipulación experimental, y se realizó en el campo. Los métodos utilizados incluyeron el sintético - analítico, el bibliográfico y el estadístico. Para la recolección de datos, se seleccionó una muestra compuesta por 377 consumidores provenientes de 15 establecimientos electrodomésticos. Adicionalmente, se encuestó a 67 vendedores y se realizaron entrevistas a los propietarios de los negocios.

Los resultados de las encuestas a consumidores de diversos almacenes de electrodomésticos revelan un panorama mixto. La atención en estos establecimientos se califica generalmente como “buena”. Sin embargo, la mayoría de los compradores no muestra lealtad hacia ningún almacén específico y su disposición a recomendarlos es incierta. Es notable que solo una pequeña fracción de los clientes ha presentado quejas o reclamos formales. Entre los almacenes que requieren una mejora más urgente en la calidad de su servicio, se destacan Comercial Zumba en primer lugar, seguido por Marcimex y Karlita Mercedes.

En síntesis, se evidencia una clara relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Para mejorar esta relación, es crucial que los almacenes implementen estrategias promocionales diversas e innovadoras. Además, es fundamental mantener un programa de capacitación continua para los empleados. También revela que la calidad del producto juega un papel decisivo en la lealtad del cliente, influyendo directamente en su satisfacción y en los procesos de toma de decisión.

Desarrollo teorías y conceptos

Calidad de servicio

Según Castañeda (2022) explica que la calidad del servicio al cliente implica superar las expectativas del consumidor. Es esencial para el éxito empresarial, afectando la cantidad de clientes, su fidelidad y las recomendaciones, un servicio excelente impulsa el crecimiento del negocio y fortalece su reputación en el mercado.

Menciona Cardozo (2021) que es un conjunto de estrategias para mejorar la relación marca-consumidor. Se enfoca en crear un ambiente positivo y atento, buscando que cada interacción deje una impresión favorable en el cliente.

La calidad del servicio requiere un seguimiento cuidadoso de las preferencias del cliente, incrementar la rentabilidad mediante la captación de nuevos clientes, pero manteniendo los actuales. Además, es de su importancia que los resultados de calidad sean medibles y que la actitud de quienes prestan el servicio este encaminado a la excelencia.

Atención al cliente. De acuerdo con Valenzuela et al., (2019) la atención al cliente es un esfuerzo dirigido a captar consumidores, sean individuos o empresas, para que adquieran productos o servicios ofrecidos, como resultado son los clientes quienes evalúan la calidad de la atención recibida durante este proceso.

Por otra parte, Hammond (2024) es un proceso sistemático para mejorar la satisfacción del cliente, resolviendo rápida y eficazmente sus problemas, dudas, con el fin de optimizar su experiencia general

Se resalta la importancia fundamental de la atención al cliente como un factor clave para atraer y retener clientes, lo cual es crucial para el éxito de cualquier empresa u organización. La atención al cliente se define como un conjunto de acciones encaminadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Con el objeto de establecer una relación duradera y beneficiosa para ambas partes.

Amabilidad. De acuerdo Sanfeliz (2022) la amabilidad cordial del personal es fomentar una comunicación abierta y positiva que impulse el compromiso colectivo hacia las metas organizacionales, esto implica alinear objetivos de la empresa, los empleados y los clientes contribuyendo así a crear un entorno más armonioso y colaborativo.

Es importante mencionar que la amabilidad es una calidad esencial en el ámbito laboral y en la vida general. Fomenta un ambiente de trabajo positivo, mejora la comunicación, fortalece las relaciones interpersonales y contribuye al bienestar emocional de todos los involucrados. Además, la amabilidad es contagiosa y puede tener un efecto multiplicador en la sociedad.

Satisfacción. Menciona Flores & Villegas (2022) la satisfacción se define como un indicador que mide el grado en que los bienes y servicios ofrecidos por una organización cumplan o superen lo que el cliente espera. También se refiere a la proporción de usuarios que reportan experiencias positivas o acordes a sus expectativas con una empresa, sus productos o servicios.

La satisfacción del cliente es un factor crítico para el éxito a largo plazo de cualquier organización. Clientes satisfechos son más propensos a ser leales, a recomendar la empresa a otros y repetir sus compras. Además, la satisfacción del cliente puede tener un impacto significativo en la reputación y la rentabilidad de un emprendimiento.

Expectativa. Según López (2020) las expectativas son ideas previas que los clientes tienen sobre cómo debe ser un servicio, funcionando como un criterio de evaluación para el desempeño de una empresa basados en comunicaciones y experiencias que usan para evaluar el desempeño real de una empresa.

Comprender y gestionar adecuadamente las expectativas de los clientes es crucial para el éxito de cualquier organización de servicios. Las expectativas son una parte fundamental de la percepción de calidad y satisfacción de los clientes y pueden influir significativamente en su lealtad y compromiso de compra

Fiabilidad. Describe Maldonado (2020) que es la capacidad de proporcionar el servicio prometido de forma precisa y confiable, implica ejecutar correctamente el servicio desde la interacción, permitirá al cliente reconocer la calidad y exactitud del servicio ofrecido.

Dentro de su definición de fiabilidad, se incluyen todos los elementos que hacen que el usuario perciba la calidad del servicio, tales como conocimientos, competencia y puntualidad, es decir, brindar el servicio de la mejor manera desde el principio cumpliendo con todas las especificaciones acordadas, confiables y precisas.

Compromiso del personal. Desde su perspectiva Muguira (2024) el compromiso personal se define como el vínculo emocional que un empleado desarrolla en su organización, trasciende la satisfacción o felicidad laboral, implica una conexión más profunda, donde el trabajador se identifica con los objetivos y valores.

El desempeño laboral de las personas es gran interés colectivo, es el principal y más valioso recurso con el que cuenta la empresa o institución pública, puesto que son sus colaboradores los responsables de producir resultados y se reflejan en términos de eficiencia e indicadores de crecimiento económico.

Eficiencia. Cardenas (2023) menciona que la eficiencia se define como la habilidad de individuos o procesos para emplear de manera efectiva las herramientas disponibles. Con el propósito de alcanzar metas establecidas. Por lo tanto, representa la capacidad de optimizar el uso de recursos para cumplir con los objetivos de negocio.

La eficiencia es una acción que permitirá alcanzar los objetivos deseados considerando las metas establecidas para el futuro, utilizando la menor cantidad de recursos posibles para lograr los resultados reales.

Transparencia. Para Mac (2021) la transparencia genera confianza y contribuye a la retención de clientes, mantener una presencia sencilla y ser transparente en la comunicación y operación de la empresa, demostrando coherencia entre lo que se muestra y facilita relaciones honestas y duraderas con los clientes a lo largo del tiempo.

Ser transparente implica ser claro, honesto y coherente en la forma en que una empresa se presenta y opera. Al ser abiertos en su comunicación y acciones, las empresas crean un entorno de confianza que atrae y retiene a los clientes, lo que a su vez conducen a un mayor éxito y crecimiento a largo plazo.

Empatía. El autor Bobadilla (2020) define que la empatía de una institución facilita una conexión con el cliente, ya que reconoce y comprende las necesidades del usuario como propias. Esto resulta en un alto nivel de satisfacción para el cliente, lo cual beneficia significativamente a la institución.

Bajo las premisas de la empatía, se deduce que es vital que la organización escuche a cada consumidor y sean atendidos personalmente haciendo caso a sus exigencias. La empatía tiene que ver con la capacidad de una persona para ponerse en el lugar de otra y comprender como se sienten los demás e incluso que pueden estar pensando, en realidad no es solo lo que hacemos, sino como nos sentimos y actuamos.

Comunicación clara y comprensible. Menciona Ortiz (2023) que es el proceso de compartir ideas, pensamientos e información de manera clara y comprensible, mostrando empatía y habilidad para escuchar

La comunicación efectiva es un pilar fundamental en la atención del cliente. Al transmitir mensajes claros, escuchar activamente, elegir los canales adecuados y construir relaciones basadas en la confianza, las empresas pueden mejorar la satisfacción de sus clientes, fomentar la lealtad y en últimas instancias, impulsar su éxito a largo plazo.

Trato cordial y amable. De acuerdo con Ganím (2017) son capacidades únicas que las empresas pueden cultivar para obtener una ventaja competitiva cuando la diferenciación basada en precio o calidad del producto o servicio resulta difícil de lograr.

En un componente esencial en la atención al cliente y puede marcar una gran diferencia en la experiencia del cliente con una empresa. Cuando los clientes interactúan con personas cordiales y amables, se crea un ambiente positivo y acogedor que contribuye a fortalecer la relación entre ambas partes.

Capacidad de adaptación. Según desde la perspectiva de Aguado (2016) la capacidad de adaptación se refiere a la habilidad de las organizaciones para transformarse internamente con el fin de responder eficazmente a los cambios imprevistos.

Habilidad fundamental para cualquier empresa que desea brindar una excelente atención al cliente en un entorno empresarial cada vez más dinámico y cambiante. En un mundo donde las necesidades y expectativas de los clientes y evolucionan constantemente, las empresas deben ser ágiles y estar preparadas para ajustarse rápidamente a nuevas situaciones y desafíos.

Ciclo de Deming. En cuanto a Obando (2024) menciona que el Ciclo de Deming, también conocido ciclo PDCA (Plan -Do – Check - Act) o ciclo de mejora continua, es una metodología sistemática para la gestión y mejora de procesos en organizaciones. Desarrollado por el estadístico estadounidense Edwards Deming, este enfoque se basa en la idea de que la mejora continua es esencial para el éxito a largo plazo de cualquier empresa o proyecto. El ciclo propone un proceso interactivo de cuatro etapas que, al repetirse continuamente, permite identificar problemas, implementar soluciones, evaluar resultados y ajustar estrategias de manera eficiente.

Las cuatro etapas del ciclo de Deming son Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. En la etapa de Planificación, se identifican áreas de mejora, se analizan problemas y se establecen objetivos claros junto con un plan de acción detallado. La etapa de Hacer implica la implementación de plan, recopilando datos relevantes durante el proceso. En la fase de Verificación, se analizan los resultados obtenidos, comparándolos con los objetivos iniciales para determinar la eficacia de las acciones implementadas. Finalmente, en la etapa de Actuar, se toman decisiones basadas en los resultados: si son satisfactorios, se estandarizan los cambios; si no lo son, se identifican ajustes necesarios y se inicia un nuevo ciclo.

Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador

En el artículo 33 para ser más específico en la sección octava, menciona lo siguiente:

El trabajo es un derecho y un deber social, un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respecto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones justas, el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

En el artículo 53 el título II, sección novena de personas usuarias y consumidoras, especifica que: Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y característica. La ley

establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por su fortuito o fuerza mayor (Constitución de la República del Ecuador , 2008)

Ley Orgánica de Defensa del consumidor

En el Capítulo II, de este documento, de los Derechos y Obligaciones de los Consumidores, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

Numeral 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2000)

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

En el Capítulo I, en Disposiciones Fundamentales en Art. 1.- Objeto y ámbito. – menciona que la presente Ley tiene por objeto establecer la marca normativa que incentive y fomenta el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementados nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020)

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

En el Art. – 75, Capítulo II, para ser más específico en el apartado de las Unidades Económicas Populares, nos menciona que los emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. – Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria , 2011)

Código de Comercio

En el Art. 19, Capítulo Segundo, Cada uno de los bienes tangibles e intangibles que son propiedad del comerciante o de la empresa pueden ser enajenados y valorizados independientemente (Código de Comercio , 2019)

Norma ISO 9001

La norma ISO 9001: Esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente (ISO, 2015)

Entre los principios de gestión de la calidad son:

-  Enfoque al cliente.
-  Liderazgo.
-  Compromiso de las personas.
-  Mejora.

Capítulo II

Metodología

El propósito de este capítulo es ilustrar la metodología aplicada a este estudio, además de, describir el diseño de investigación, el método de muestreo utilizado, la recolección de datos y la aplicación del cuestionario, también se justifican los instrumentos de medición utilizados, todos con el fin de obtener resultados relevantes y así contribuir positivamente a las preguntas planteadas.

Diseño de la investigación

El diseño desarrollado en la investigación corresponde al diseño **no experimental y transversal**, debido a que la estrategia empleada para la recolección de información no requería el manejo de la variable, solo recolectar información que permita conocer la situación de la calidad de servicio de los emprendimientos de la comuna Pechiche.

Para llevar a cabo el desarrollo de este estudio, se utilizó la investigación de **alcance descriptivo**, ya que se analizó como se desenvuelve y cuál es la prospección de los usuarios en cuanto al servicio que se les ofrecen en los emprendimientos de la comuna Pechiche.

Además, el enfoque que formó parte del estudio fue el enfoque mixto conformado por el cualitativo y cuantitativo. Donde el **enfoque cuantitativo** permitió la recolección de datos estadísticos mediante la aplicación de encuestas, que se analizó y determinar el porcentaje de usuarios que se sentían satisfechos con el servicio brindado en los emprendimientos.

Por otro lado, en **enfoque cualitativo**, facilitó conocer la situación actual de los emprendimientos, mediante el análisis de las entrevistas se obtuvo información detallada y específica acerca de la calidad de servicios en los emprendimientos. Por lo tanto, al aplicar esta técnica de recopilación de datos, ayudó a determinar las estrategias para resolver la problemática y así ofrecer un servicio de calidad que garantice la satisfacción de los clientes.

Métodos de investigación

En la presente investigación se consideró dos métodos de investigación inductivo y analítico.

Mediante el **método inductivo**, debido a que contribuyó a los factores relevantes en torno al problema de estudio que presentan los emprendimientos de la comuna Pechiche, para

lo cual se analizó, revisó y se estudió los hechos específicos con relación a la variable de estudio.

El **método analítico**, permitió determinar las causas del tema de estudio y componente involucrados en los emprendimientos, mediante este método se analizó la variable del tema de estudio de acuerdo con el criterio teórico y lógico, con la finalidad de comprender la importancia de la calidad de servicio de los negocios de la comuna Pechiche.

Población y muestra

La **población** del estudio está establecida por tres segmentos, los cuales son los propietarios de los negocios, expertos y los usuarios que recurren a los emprendimientos ubicados en la comuna Pechiche. Según los datos proporcionados por dirigentes de la comunidad, periodo 2024-2025, son un total de 23 emprendimientos, de los cuales también se les hizo una clasificación entre los que ofrecen producto y de los que brindan servicios.

Es así como para la otra parte que conforma a la población se consideró a los usuarios que frecuentan los emprendimientos y que pertenecen a la población económicamente activa para obtener estos datos. En primer lugar, se solicitó información a los dirigentes de la comuna, quienes manifestaron que el total de habitantes es de 850 personas, según el censo que se realizó en el 2023, luego se calculó la proporción correspondiente a la población de la comunidad ($850 \times 35,9\% = 305$), quedando como resultado un total poblacional de 305 personas.

Con este dato se realizó el procedimiento del cálculo de la muestra mediante la fórmula correspondiente:

n: Tamaño de la muestra (170)

N: Tamaño de la población (305)

P*Q: 0,25

Z2: Margen de confiabilidad (1,96)

e: Error admisible (0,05)

$$n = \frac{z^2 NPQ}{z^2(N -) + z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(305)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(305) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(304)(0.25)}{(0.0025)(304) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(291.96)}{(0.76) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{(291.96)}{(1.72)}$$

$$n = 170$$

Por lo tanto, se seleccionó una **muestra** de 170 usuarios, a quienes se les realizó la respectiva encuesta, a 2 propietarios de los respectivos emprendimientos entre los que venden producto y ofertan servicios, también se tomó como referencia a 2 expertos en el tema, los cuales fueron el objeto de estudio, mediante la entrevista.

Se consideró aplicar un muestreo aleatorio simple, con la finalidad de seleccionar con la misma posibilidad y al azar a varios de los clientes que proporcionaron la información pertinente para la investigación. De tal forma que se seleccionaron aleatoriamente a 170 usuarios, quienes brindaron datos referentes a la variable estudiada.

Tabla 1 Población

Muestra	Cantidad	Técnica
Propietarios de los emprendimientos	2	Entrevista
Expertos	2	Entrevista
Usuarios	170	Encuesta
Total	174	

Nota: Población

Recolección y procesamiento de datos

Para este estudio se aplicó la técnica de entrevista a los propietarios de los emprendimientos de la comuna Pechiche, considerados como los informantes idóneos capaces de responder a todas las interrogantes del tema que se llevó a cabo en la zona de investigación.

Por otra parte, la encuesta se ejecutó con la finalidad de conocer la opinión de los usuarios sobre la atención en los emprendimientos, se requiere identificar los factores que inciden en los resultados.

El instrumento de recolección de datos se desarrolló mediante una guía de entrevistas que está compuesta por 12 preguntas, las cuales fueron realizadas con la finalidad de conocer la situación actual de los emprendimientos de la comuna Pechiche, de la misma manera obtener información que ayude a implementar estrategias de calidad de servicio para los emprendimientos.

Además, las preguntas se desarrollaron de forma abierta y los entrevistados tuvieron la libertad de expresar su criterio sobre las interrogantes planteadas.

La encuesta fue realizada con un cuestionario de 15 interrogantes dirigida a los usuarios que recurren los diferentes emprendimientos para obtener la perspectiva en cuanto al servicio que les brindan y que tan satisfechos se sienten al momento de recibirlo. Cabe resaltar que las preguntas están basadas en el modelo de la escala de Likert, ya que contiene preguntas cerradas con opciones que permitieron a los usuarios comprender y responder.

Antes de la aplicación de los instrumentos se realizó la respectiva validación por parte de un especialista en el tema de investigación, luego una prueba piloto al 10% de la muestra del estudio, de los cuales se les aplicó instrumentos revisados y validados.

Una vez ejecutado el pilotaje, los datos fueron previamente procesados en el programa SPSS donde se calculó el Alfa de Cronbach, a continuación, se mostrará un cuadro con los resultados obtenidos.

Tabla 2 *Confiabilidad*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,952	15

Nota: Confiabilidad

Con el resultado obtenido de 0,952 como Alfa de Cronbach, se considera que el instrumento es excelente, por ende, se procedió a la realización de la encuesta y aplicada en la herramienta de Google Forms.

Al momento de realizar el procesamiento de datos se presentan varios softwares que permiten ejecutar esta actividad de forma efectiva, entre los programas destacados para estos procesos se encuentran Excel de Microsoft y SPSS de IMB, mismo que fueron utilizados para presentar los resultados en tablas y figuras, considerando los datos en términos porcentuales para un mejor análisis.

Capítulo III

Resultados y discusión

Análisis de los resultados de la entrevista

1. ¿Cómo evalúa la situación actual referente a la calidad de servicio de los emprendimientos de la comuna Pechiche?

Los entrevistados supieron manifestar que hoy en día existen varios negocios que surgieron a raíz de la pandemia Covid-19, sin embargo, señalaron que muchos de estos negocios no han prosperado debido a la carencia de financiamiento y sobre todo de conocimientos necesarios para gestionar adecuadamente. Los negocios que han logrado mantenerse en el mercado son aquellos que ofrecen una mayor variedad de productos o que se especializan en un solo servicio.

Según lo antes expuesto, se expresa que hay numerosos emprendimientos que han tenido que buscar maneras de subsistir por razones económicas, pocos han logrado mantenerse en el mercado. Esto se debe principalmente a la carencia de conocimientos empresariales y a la escasez de financiamiento adecuado.

2. ¿Cuáles son los principales problemas que cree, que tienen los emprendimientos de la comuna Pechiche?

Los propietarios de los emprendimientos señalaron que las causas incluyen la escasez de conocimiento en el sector, tomar decisiones incorrectas, no dedicar suficiente tiempo al negocio, intentar crecer rápidamente y esperar resultados inmediatos, no pensar en el cliente, enfocarse en los errores de los demás sin admitir los propios y no trabajar en equipo. La mayoría también mencionó que usan un enfoque equivocado para su producto y sobre todo destacaron el financiamiento como un factor crucial.

Si bien se sabe que el poco conocimiento es una debilidad común en cualquier negocio, si no se tiene el conocimiento adecuado sobre el emprendimiento, no se alcanzará el éxito. Es fundamental observar el entorno, identificar las áreas donde se necesita invertir y reconocer lo que la comunidad local requiere. Además, se necesita paciencia y compromiso, ya que muchos negocios fracasan por no saber tratar adecuadamente a los clientes.

3. *¿Cómo cree usted que es la calidad del servicio que se ofrece en su negocio?*

Según los entrevistados la calidad del servicio que ofrecen en su negocio es satisfactoria, puesto que la mayoría de ellos destacó que, si algún producto no está disponible se aseguran de tomar en cuenta la sugerencia de sus clientes para incorporar ese producto en un futuro, de tal manera que los clientes siempre encuentren lo que necesitan, también hacen todo lo posible para garantizar la fiabilidad de los usuarios para que deseen volver al negocio.

La calidad del servicio es un indicador crucial para medir la relación positiva entre los clientes y el negocio. Por ello, es esencial ofrecer productos y servicios de alta calidad, gestionar adecuadamente las quejas y reclamos para así brindar una excelente atención al cliente, estos factores contribuyen a mantener a los clientes satisfechos.

4. *¿Ha tenido clientes insatisfechos por la atención que se les brinda? ¿Por qué?*

Las personas entrevistadas supieron manifestar que algunos clientes han expresado insatisfacción debido a la escasez ocasional de producto o servicios que necesitan. No obstante, destacan que llevan un registro de los productos o servicios que no tienen disponibles pero que los clientes solicitan, para poder adquirirlos y asegurar que estén disponibles en futuras visitas, lo que contribuye a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Evitar la insatisfacción de los clientes no representan un desafío insuperable, siempre y cuando se empleen herramientas o estrategias adecuadas para resolver los problemas. Es crucial que los propietarios o el personal responsable del local tomen medidas preventivas para evitar este tipo de inconvenientes, lo cual garantizará una experiencia excepcional y mejorar la satisfacción de los clientes.

5. *¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendimientos de la comuna Pechiche para brindar un servicio de calidad a sus clientes?*

Los entrevistados han señalado que muchos negocios enfrentan dificultades significativas debido a un déficit de conocimientos empresariales y la escasez de financiamiento suficiente. Esto ha llevado a que varios emprendimientos no logren prosperar y se ven obligados a buscar formas de subsistir en un entorno económico desafiante. Además, los propietarios de negocios han identificado problemas como la carencia de productos o

servicios requeridos por los clientes. Lo cual ha generado en algunos casos insatisfacción entre los consumidores.

Para mejorar la calidad del servicio, es fundamental que los emprendimientos dediquen esfuerzos a gestionar adecuadamente las expectativas de los clientes, garantizar la disponibilidad de productos y servicios del negocio. Estos aspectos son clave para mantener la satisfacción de los clientes y fortalecer la relación positiva entre el negocio y a la comunidad local.

6. ¿Cómo resuelve las consultas y preocupaciones que tienen los clientes de su negocio?

Los propietarios de los emprendimientos destacaron la importancia de resolver las consultas de los consumidores mediante diálogo continuo, respondiendo todas sus preguntas. Consideran crucial abordar las dudas e inquietudes de los clientes, ya que mantener una buena relación con ellos no solo les abre nuevas oportunidades, sino que también aseguran recomendaciones positivas hacia nuevos clientes.

En resumen, mantener una conversación cortés con los clientes proporcionan ventajas significativas, permiten identificar sus preocupaciones al momento de comprar un producto o servicio, facilitando así la búsqueda de soluciones efectivas. Este enfoque ayuda a generar confianza y seguridad en los clientes, promoviendo la fidelidad a largo plazo cuando se les trata adecuadamente.

7. ¿Cuáles son las principales acciones que implementa para atender mejor a sus clientes?

Los entrevistados señalaron la ventaja de iniciar conversaciones con sus clientes para abordar cualquier desconocimiento o duda que puedan tener. Además del trato amable que ofrecen, esto fortalece la confianza mutua y beneficia a ambas partes. Uno de los propietarios mencionó que, en caso de no poder responder una pregunta, recurren a la tecnología para obtener la información necesaria.

Es crucial implementar estrategias que satisfagan las necesidades de los clientes para mantener relaciones cercanas y efectivas. No se trata solo de dialogar con los usuarios, sino

también de adoptar nuevas e innovadoras estrategias de atención al cliente, optimizar procesos mediante tecnología y desarrollar planes de acción eficaces, entre otras iniciativas.

8. *¿Cómo se fortalecen los conocimientos y capacidades de las personas que trabajan en su negocio?*

En este aspecto, se identificaron tres opiniones distintas entre los entrevistados, algunos mencionaron que fortalecen sus conocimientos a lo largo de los años de experiencias en el trabajo, otros prefieren participar en talleres organizados por la comunidad, mientras que uno o más destacó el uso de videos en YouTube, aprovechando así las ventajas que ofrece el internet. Todos coincidieron que la experiencia acumulada a lo largo del tiempo, la cual comparten con quienes trabajan con ellos.

El desarrollo continuo de habilidades y conocimientos dentro de los negocios es fundamental para su permanencia en el mercado, es crucial capacitarse regularmente, planificar meticulosamente cada actividad y adaptarse constantemente a los cambios. La implementación de estrategias innovadoras, como el uso de tecnología, contribuye significativamente al fortalecimiento y éxito de los negocios.

9. *¿Cómo puede mejorar la atención al cliente, fiabilidad y empatía en su negocio?*

Los propietarios de los emprendimientos enfatizaron su práctica de mostrar empatía al momento de atender a sus clientes, pues reconocen que, al ser también consumidores, esperan recibir un buen servicio, por lo que siempre se ponen en el lugar de sus clientes y se esfuerzan por cumplir sus expectativas.

La atención al cliente, fiabilidad y empatía son herramientas cruciales para cualquier negocio, ya que no solo ayuda a entender las necesidades de los clientes, sino que también construye relaciones solidas con ellos. Escuchar activamente, respetar sus opiniones y resolver sus problemas de manera efectiva son fundamentales para proporcionar una experiencia positiva y ganar su lealtad.

10. *¿Si usted fuera el ministro de la producción ¿qué haría para mejorar la calidad del servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?*

Uno de los puntos más recurrentes entre los comerciantes fue su interés en llevar a cabo programas de formación como: capacitaciones, talleres y cursos tanto en modalidad virtual como presencial. Consideran que estas iniciativas son claves para elevar la calidad del servicio que ofrecen. Además, expresaron la intención de brindar apoyo financiero para que los emprendimientos no solo se mantengan en el mercado, sino que también puedan iniciar sus operaciones con éxito.

11. *¿Qué opina sobre realizar un seguimiento a los clientes atendidos para así poder medir la calidad de atención que se brinda?*

La mayoría de los propietarios ven como beneficio el hacer un seguimiento activo de sus clientes para evaluar su nivel de satisfacción con los productos o servicios ofrecidos, consideran que esto les proporcionara la oportunidad de identificar y corregir errores, mejorando así la calidad de atención y buscando alcanzar la satisfacción completa del cliente. Sin embargo, solo uno de los negocios mencionó tener una base de datos de clientes que utilizan para mejorar continuamente sus actividades.

12. *¿Qué otra recomendación haría para mejorar la calidad del servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?*

Según los entrevistados, mencionaron que para ofrecer el servicio ideal se centra en el trato hacia el cliente, enfatizando la necesidad de tratarlos con respeto, amabilidad, sinceridad, confianza empatía y educación sin importar el tipo de negocio. Para ellos estos valores deben ser considerados fundamentalmente en cada interacción con los clientes.

Destacan que la calidad del servicio al cliente no debe ser simplemente una estrategia adicional, sino una cultura arraigada que guíe las acciones y el pensamiento dentro de cualquier negocio. Esto quiere decir un compromiso firme y una orientación hacia los productos y servicios que se ofrecen.

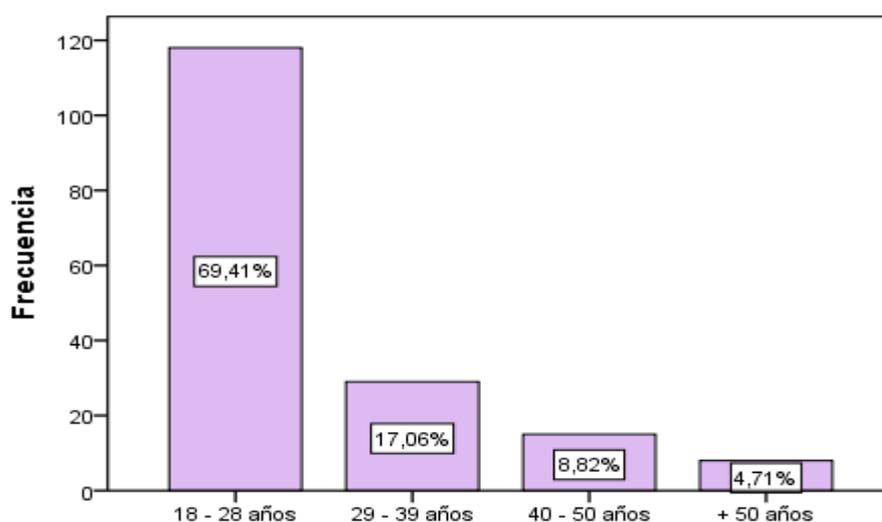
Análisis de los resultados de la encuesta

Tabla 3 *Edad*

	Frecuencia	Porcentaje
18 – 28 años	118	69,4 %
29 – 39 años	29	17,1 %
40 – 50 años	15	8,8 %
+ 50 años	8	4,7 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 1 *Edad*



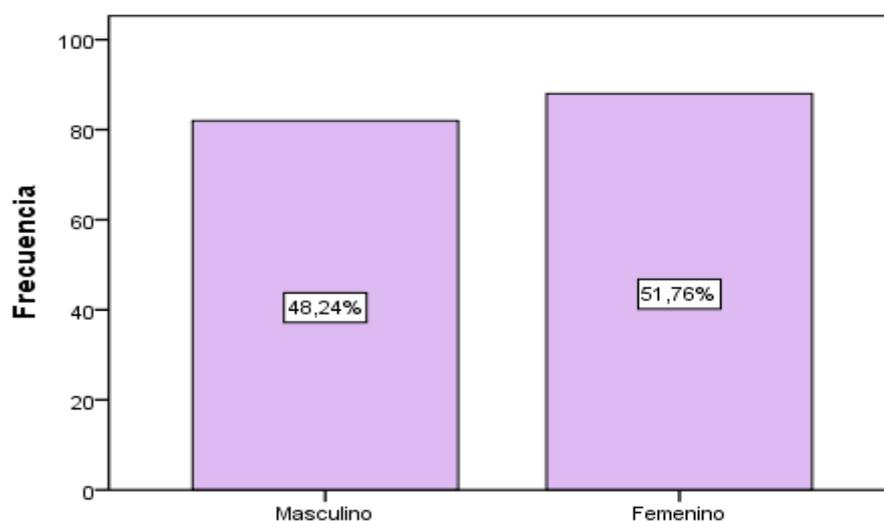
Nota: Datos en porcentaje

Con base a los datos obtenidos, se puede observar que los clientes más frecuentes en los locales están en el rango de edad de 18 a 28 años, lo que sugiere que este grupo acude con mayor frecuencia a los negocios. Les siguen aquellos de entre 29 a 39, quienes también muestran una alta influencia. En tercer lugar, se encuentran los clientes de 40 a 50, y finalmente, con una diferencia mínima, los que tienen más de 50 años.

Tabla 4 Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	82	48,2 %
Femenino	88	48,2 %
LBGTQ+	0	0 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 2 Sexo

Nota: Datos en porcentaje

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes que acuden a los emprendimientos en la comuna Pechiche son mujeres, representando un 51,76%, mientras que los hombres constituyen un 48,24%. Esto indica que el género femenino predomina entre los consumidores de estos negocios. La pregunta se formuló con el objetivo de conocer datos generales que permitan tener un perfil sobre los usuarios.

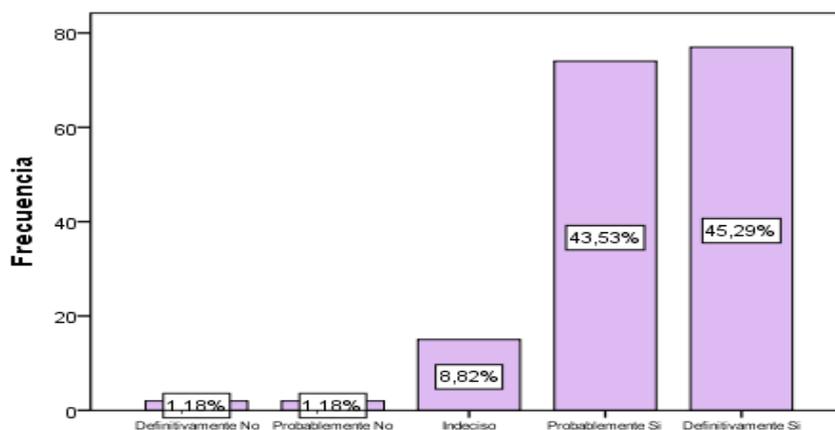
1. ¿Se muestra actitud amable en el personal que labora en los emprendimientos?

Tabla 5 Actitud

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	2	1,2 %
Probablemente No	2	1,2 %
Indeciso	15	8,8 %
Probablemente Si	74	43,5 %
Definitivamente Si	77	45,3 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 3 Actitud



Nota: Datos en porcentaje

En cuanto a este resultado, la mayoría de los clientes expreso que el personal es definitivamente amable, lo cual es muy positivo para los negocios. Sin embrago, un pequeño porcentaje de encuestados menciono que no perciben una actitud amable, aunque este porcentaje no es significativo se puede considerar que no afecta demasiado al negocio, no obstante, es importante tener en cuenta que mantener una actitud adecuada hacia los clientes, sin mostrar impaciencia y tratarlos con el máximo respeto, puede garantizar su lealtad.

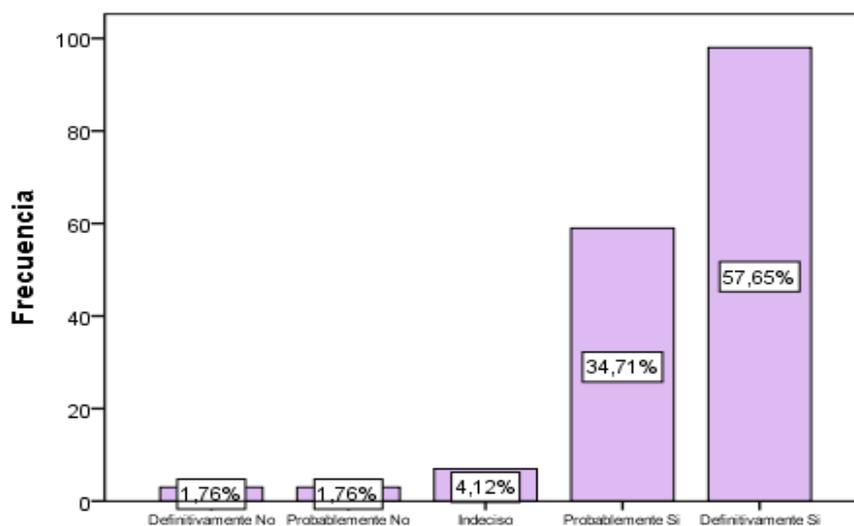
2. *¿Considera que la amabilidad de los empleados contribuye a que su experiencia como cliente sea más placentera?*

Tabla 6 Amabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	3	1,8 %
Probablemente No	3	1,8 %
Indeciso	7	4,1 %
Probablemente Si	59	34,7 %
Definitivamente Si	98	57,6 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 4 Amabilidad



Nota: Datos en porcentaje

La gran parte de clientes expresó que la amabilidad de los empleados definitivamente contribuye a que su experiencia como cliente sea más placentera. Aunque el porcentaje que opina lo contrario no es muy alto, es importante resaltar que la amabilidad es un factor clave en la satisfacción del cliente, los emprendimientos deben asegurarse de brindar capacitaciones constantes a su personal en cuanto a servicio al cliente, promoviendo una cultura de respeto y cordialidad en todo momento.

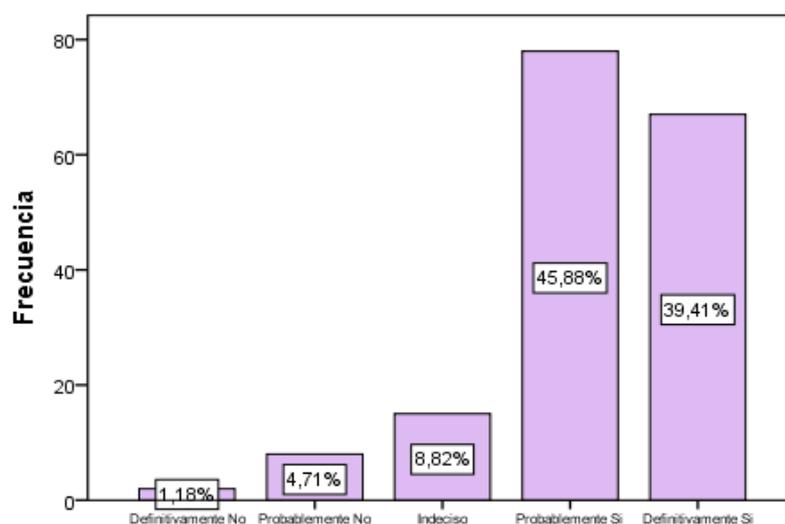
3. ¿El personal o dueño del emprendimiento muestra interés y preocupación por satisfacer sus necesidades?

Tabla 7 Personal dueño

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	2	1,2 %
Probablemente No	8	4,7 %
Indeciso	15	8,8 %
Probablemente Si	78	45,9 %
Definitivamente Si	67	39,4 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 5 Personal dueño



Nota: Datos en porcentaje

La mayoría de los clientes encuestados señalaron que el personal de los negocios muestra un interés claro y preocupación por satisfacer sus necesidades. Por otra parte, hay un pequeño porcentaje que opina diferente, aunque este es un grupo muy reducido y no tan representativo, es importante considerar estos aspectos. Lo ideal serian que los propietarios de los locales identifiquen, desarrollen y apliquen modelos de negocios que aborden esta carencia en el mercado y, por ende, satisfagan las necesidades de los clientes.

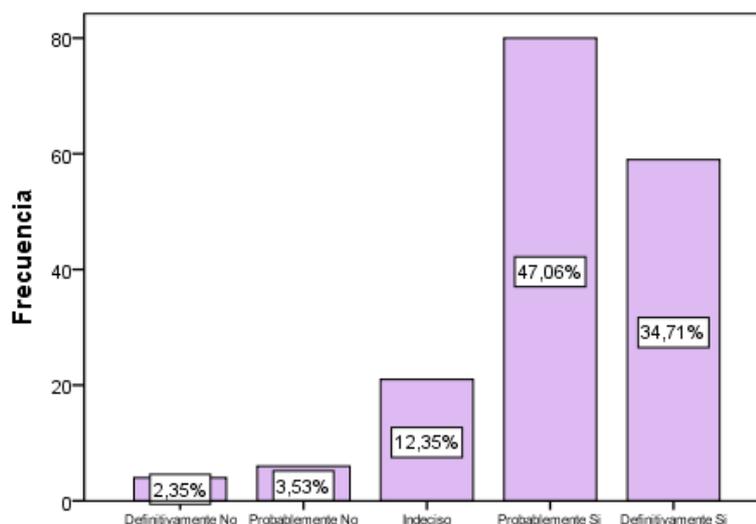
4. *¿El servicio de atención percibido en el establecimiento ha cumplido con sus expectativas y necesidades?*

Tabla 8 Servicio

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	4	2,4 %
Probablemente No	6	3,5 %
Indeciso	21	12,4 %
Probablemente Si	80	47,1 %
Definitivamente Si	59	34,7 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 6 Servicio



Nota: Datos en porcentaje

Según los resultados, la atención brindada por los emprendimientos ha cumplido definitivamente con las expectativas y necesidades de los clientes, lo cual es un factor muy importante y relevante. No obstante, un determinado grupo de encuestados manifestó no estar satisfecho, aunque no es significativo, se debe considerar para asegurar que todos los clientes reciban la misma calidad de atención y sus necesidades sean cumplidas.

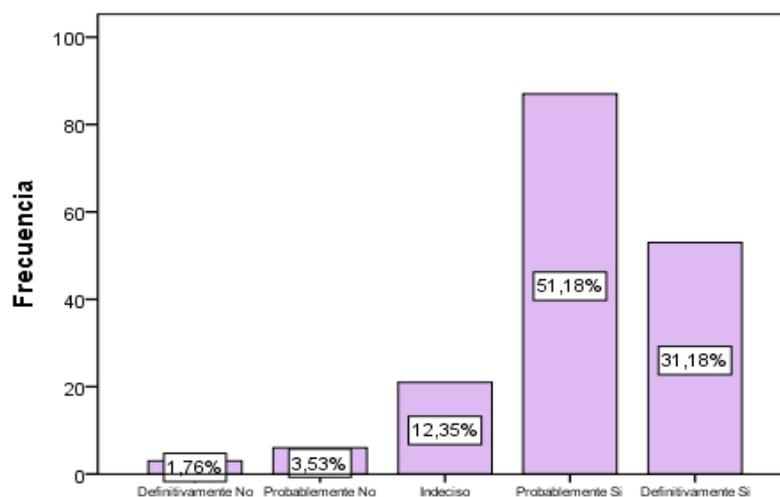
5. *¿Los emprendimientos han logrado igualar o superar las expectativas que tenía antes de ser atendido?*

Tabla 9 *Emprendimientos*

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	3	1,8 %
Probablemente No	6	3,5 %
Indeciso	21	12,4 %
Probablemente Si	87	51,2 %
Definitivamente Si	53	31,2 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 7 *Emprendimientos*



Nota: Datos en porcentaje

Se puede observar que gran parte de los clientes indicaron que los emprendimientos sí lograron igualar o incluso superar las expectativas que tenían antes de ser atendidos, lo cual es muy positivo y habla bien del desempeño de estos negocios. Sin embargo, un reducido porcentaje de encuestados manifestó que sus expectativas no fueron igualadas ni superadas. Si bien este grupo es minoritario, sería recomendable que los emprendimientos analicen estas opiniones detenidamente, identifiquen las áreas de mejorar para elevar la calidad del servicio.

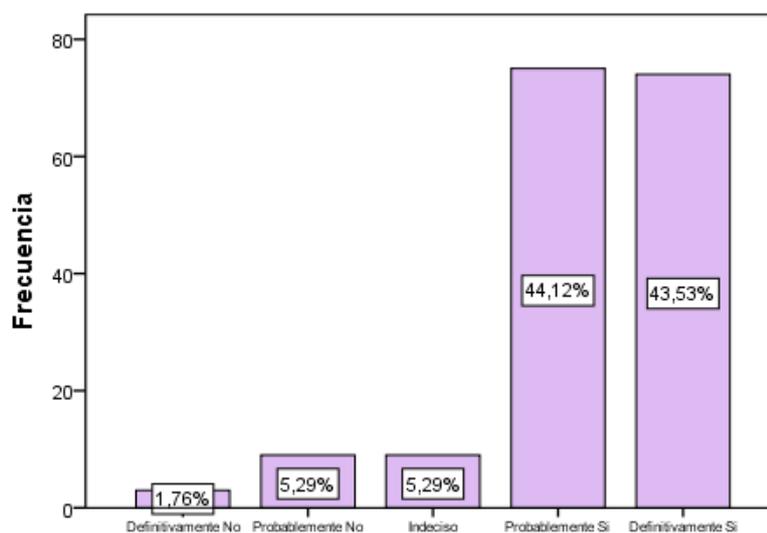
6. *¿Los empleados de los emprendimientos se muestran comprometidos y responsables al momento de brindar el servicio?*

Tabla 10 Empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	3	1,8 %
Probablemente No	9	5,3 %
Indeciso	9	5,3 %
Probablemente Si	75	44,1 %
Definitivamente Si	74	43,5 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 8 Empleados



Nota: Datos en porcentaje

De acuerdo con los resultados establecidos, podemos observar que los empleados definitivamente se muestran comprometidos y responsables al brindar el servicio, factor clave para ofrecer una atención de calidad. A pesar de eso se observa un mínimo de encuestados que opina diferente, sugiriendo que algunos empleados podrían estar mostrando actitudes poco profesionales. Por ello, convendría reforzar con capacitaciones y motivación del personal en este aspecto.

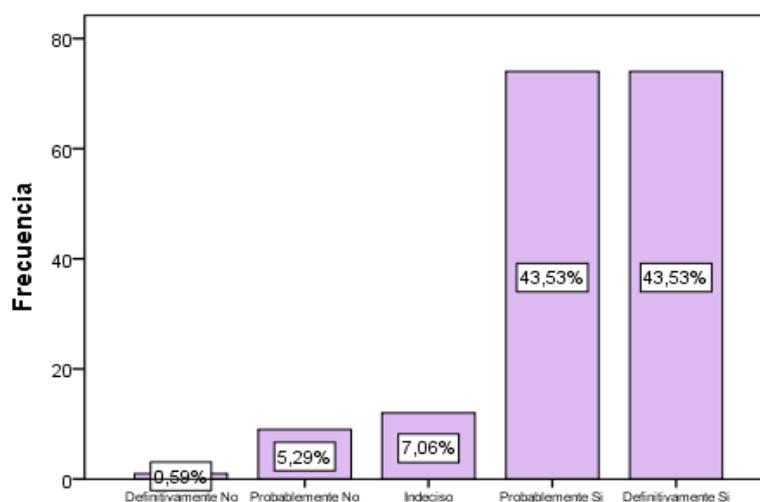
7. ¿Es eficiente el desempeño del personal al brindar atención al usuario?

Tabla 11 Eficiente

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	1	0,6 %
No		
Probablemente No	9	5,3 %
Indeciso	12	7,1 %
Probablemente Si	74	43,5 %
Definitivamente Si	74	43,5 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 9 Eficiente



Nota: Datos en porcentaje

La mitad de los clientes indicaron que definitivamente el rendimiento del personal que trabaja en los locales es eficiente, pero también cabe destacar que un grupo pequeño no se encuentra satisfecho con la atención recibida. Por lo tanto, es crucial ofrecer una atención integral que incluya respuestas rápidas, soluciones inmediatas y resultados óptimos para satisfacer las necesidades de los clientes.

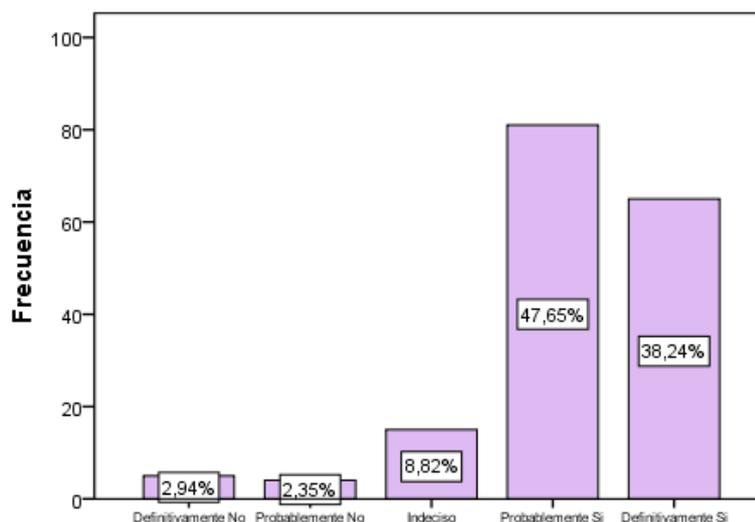
8. ¿Siente que los emprendimientos aprovechan de manera óptima los recursos (tiempo, personal, etc.) para brindar el servicio eficiente?

Tabla 12 Óptima recursos

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	5	2,9 %
No		
Probablemente No	4	2,4 %
Indeciso	15	8,8 %
Probablemente Si	81	47,6 %
Definitivamente Si	65	38,2 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 10 Óptima recursos



Nota: Datos en porcentaje

Los resultados de esta tabla reflejan que los clientes sienten que los emprendimientos si aprovechan de manera óptima sus recursos para brindar un servicio eficiente lo cual es positivo. De igual forma existe un porcentaje que tiene una perspectiva diferente, percibiendo cierto desaprovechamiento o mal uso de los recursos, aunque es reducido, los negocios podrían analizar estas opiniones y evaluar si existen oportunidades de mejora en la optimización de procesos.

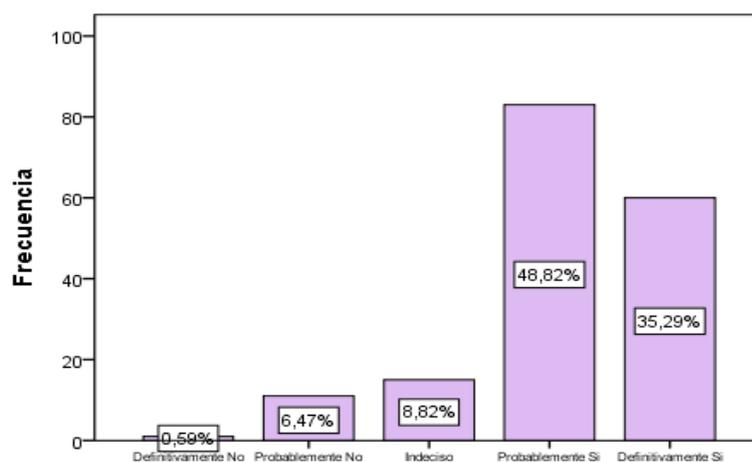
9. ¿Siente que puede confiar plenamente en la información que le brindan los empleados de los emprendimientos?

Tabla 13 Confiar empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	1	0,6 %
Probablemente No	11	6,5 %
Indeciso	15	8,8 %
Probablemente Si	11	6,5 %
Definitivamente Si	60	35,3 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 11 Confiar empleados



Nota: Datos en porcentaje

De acuerdo con los resultados establecidos, podemos observar que los encuestados afirmaron que confían plenamente en la información brindada por los empleados, de la misma manera un porcentaje mínimo dijo que desconfía, aunque relativamente mínimo la confianza es un pilar fundamental que no debe descuidarse. Es importante que los negocios analicen las causas de esta desconfianza e implementen acciones correctivas para mantener altos estándares de veracidad en la comunicación con los clientes.

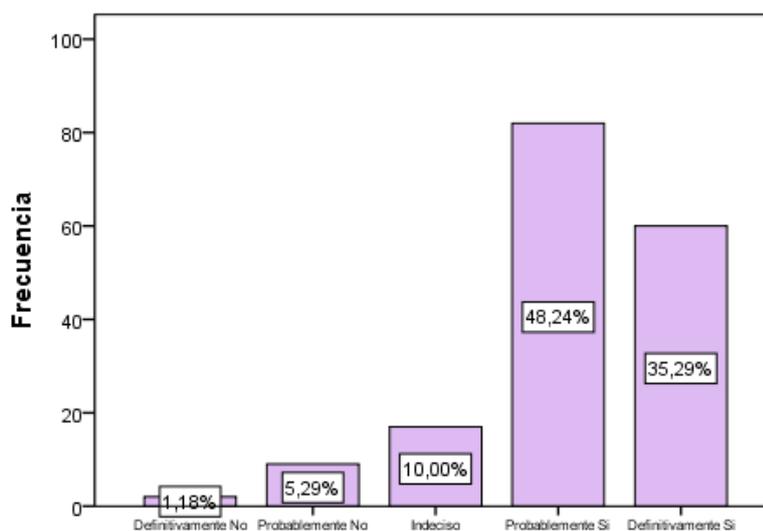
10. ¿Se siente seguro adquiriendo productos o servicios ofertados por los diversos emprendimientos?

Tabla 14 Seguro

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	2	1,2 %
Probablemente No	9	5,3 %
Indeciso	17	10 %
Probablemente Si	82	48,2 %
Definitivamente Si	60	35,3 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 12 Seguro



Nota: Datos en porcentaje

Los clientes encuestados, manifestaron sentirse seguros al adquirir los productos y servicios ofrecidos por los emprendimientos de la comuna Pechiche, esto implica que los establecimientos deben mantener una oferta de alta calidad para asegurar la fidelización de sus clientes. Además, al satisfacer las expectativas de los clientes, se incrementan las ventas y la rentabilidad, lo cual promueve la lealtad hacia el negocio, haciendo que los clientes vuelvan al mismo local para futuras compras.

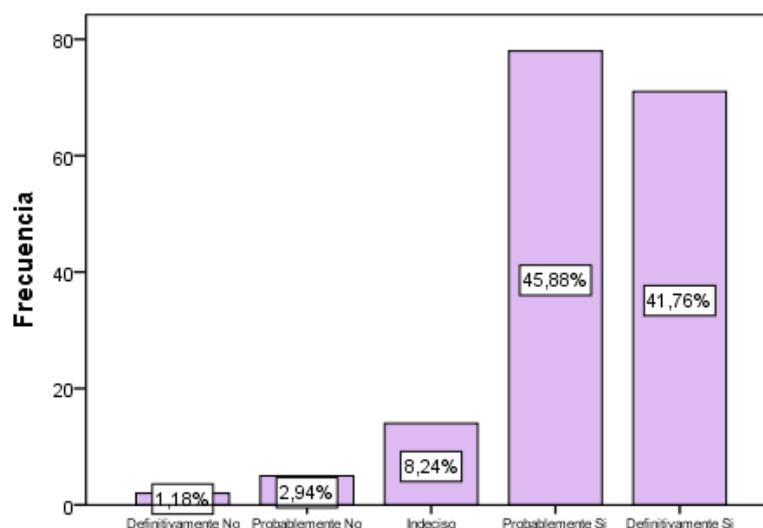
11. ¿Los empleados de los emprendimientos se comunican con usted de manera clara y comprensible?

Tabla 15 Clara comprensible

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	2	1,2 %
Probablemente No	5	2,9 %
Indeciso	14	8,2 %
Probablemente Si	78	45,9 %
Definitivamente Si	71	41,8 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 13 Clara comprensible



Nota: Datos en porcentaje

En su mayoría expresaron que los empleados definitivamente si se comunican de manera clara y comprensible, lo cual facilita enormemente el entendimiento y la fluidez en la atención, por otro lado, un número significativo de los clientes no está satisfecho en ambos aspectos. Es importante que los negocios tomen en cuenta estas opiniones y trabajen para mejorar la comunicación y desempeño del personal para aumentar la satisfacción general de los clientes.

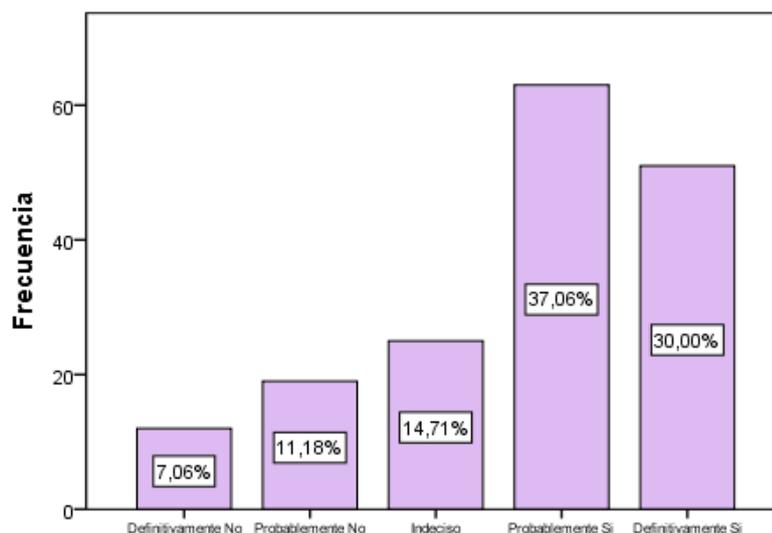
12. ¿Los emprendimientos de la comuna Pechiche cuentan con materiales informativos (folletos, carteles, etc.) que utilicen un lenguaje claro y accesible?

Tabla 16 *Materiales informativos*

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	12	7,1 %
Probablemente No	19	11,2 %
Indeciso	25	14,7 %
Probablemente Si	63	37,1 %
Definitivamente Si	51	30 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 14 *Materiales informativos*



Nota: Datos en porcentaje

Gran parte de los encuestados indicaron que los emprendimientos si cuentan con materiales informativos como folletos y carteles que utilizan un lenguaje claro y accesible, facilitando la comprensión por parte de los clientes. También existe un mínimo que manifiesta lo opuesto, por esta razón es importante que los negocios revisen y mejoren continuamente los materiales informativos para asegurar su efectividad.

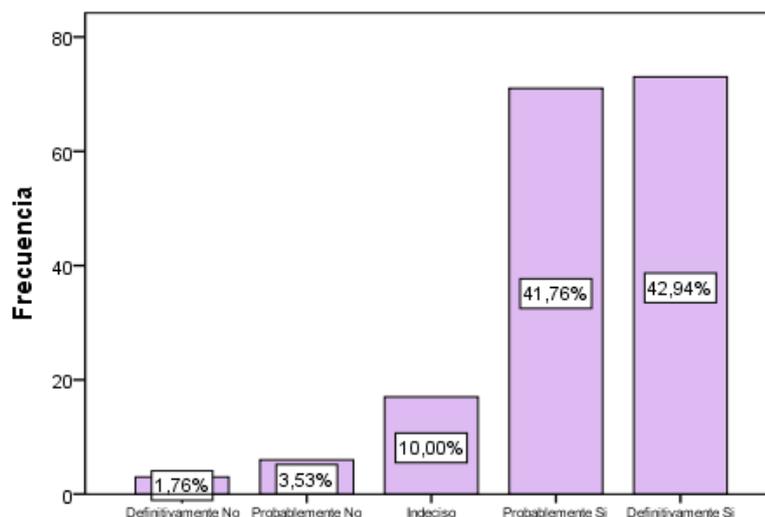
13. ¿Los emprendimientos brindan un ambiente agradable y acogedor para los clientes?

Tabla 17 Ambiente agradable

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	3	1,8 %
Probablemente No	6	3,5 %
Indeciso	17	10 %
Probablemente Si	71	41,8 %
Definitivamente Si	73	42,9 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 15 Ambiente agradable



Nota: Datos en porcentaje

Los clientes respondieron que en definitiva si brindan un ambiente agradable y acogedor, lo cual contribuye enormemente a una experiencia placentera para el consumidor, de la misma manera una parte poca significativa indico lo contrario. Sería recomendable prestara atención a estas opiniones y evaluar qué aspectos podrían estar influyendo negativamente en la percepción de los clientes sobre el ambiente del cual son atendidos.

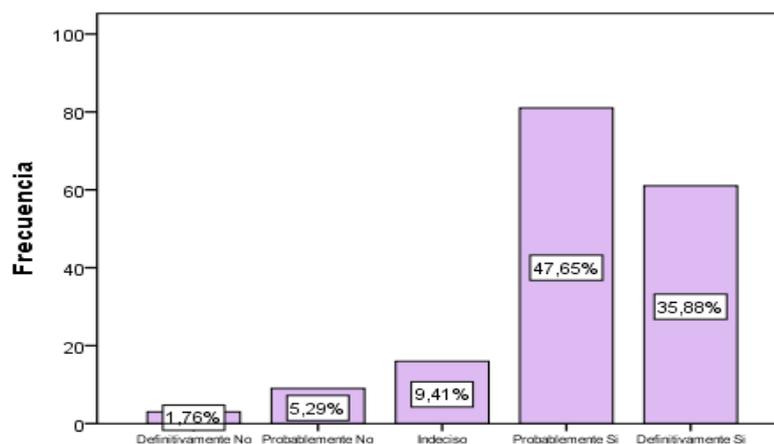
14. ¿Los empleados se esfuerzan por comprender su perspectiva y encontrar soluciones personalizadas para usted?

Tabla 18 *Perspectiva*

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	3	1,8 %
Probablemente No	9	5,3 %
Indeciso	16	9,4 %
Probablemente Si	81	47,6 %
Definitivamente Si	61	35,9 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 16 *Perspectiva*



Nota: Datos en porcentaje

Con respecto a este resultado los encuestados manifestaron que los empleados se esfuerzan por comprender su perspectiva y ofrecer soluciones personalizadas, lo cual es muy valorado, sin embargo, existe un determinado porcentaje menor que manifestó lo contrario percibiendo que los empleados no buscan soluciones adaptadas a su situación particular. Aunque pequeños, los emprendimientos deberían reforzar la capacitación del personal en habilidades de escucha activa, empatía y resolución de problemas para garantizar una verdadera atención personalizada.

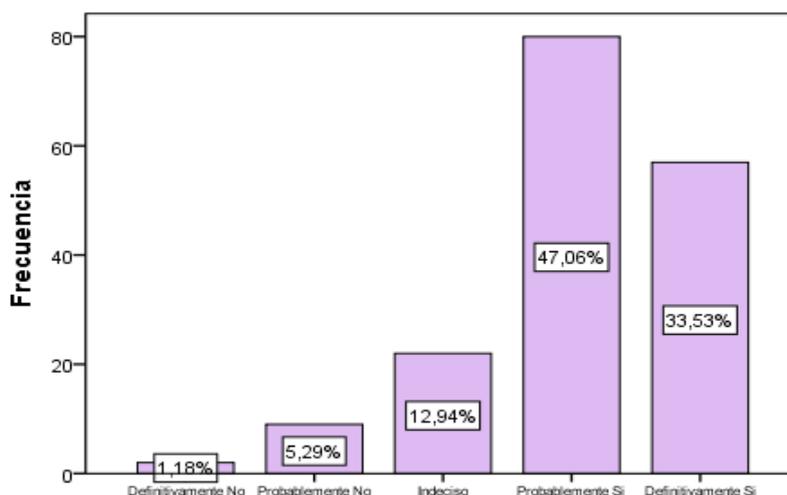
15. ¿Considera usted importante implementar estrategia de calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?

Tabla 19 Flexibilidad

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente No	2	1,2 %
Probablemente No	9	5,3 %
Indeciso	22	12,9 %
Probablemente Si	80	47,1 %
Definitivamente Si	57	33,5 %
Total	170	100 %

Nota: Desarrollo de la encuesta

Figura 17 Flexibilidad



Nota: Datos en porcentaje

De acuerdo con la información proporcionada, se puede observar que la mayoría de los clientes encuestados consideran importante implementar estrategias de calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche. La mayoría de los encuestados respalda esta idea, reconociendo su potencial para mejorar la experiencia del cliente. Estas estrategias podrían centrarse en aumentar la capacidad de respuesta a las necesidades cambiantes del mercado, optimizando los procesos internos para una mayor eficiencia.

Discusión

La calidad del servicio es un tema de gran relevancia que debe tener en cuenta cualquier establecimiento para alcanzar el éxito, por lo tanto, es necesario realizar estudios que permitan entender mejor estos aspectos, con el fin de mejorar e incrementar el nivel de satisfacción. Los resultados obtenidos en esta investigación facilitaron el conocimiento de la realidad de los emprendimientos en la comuna Pechiche respecto a los productos y servicios que brindan a sus clientes, con el único objetivo de descubrir el grado de conocimiento sobre la calidad del servicio brindado.

Así mismo, es fundamental destacar que durante la entrevista, los dueños de los establecimientos mencionaron que el poco conocimiento es uno de los factores que provoca que los negocios no se mantengan en el mercado, ya que desconocen cómo gestionar el emprendimiento, además, estos suelen estar creados de manera empírica o por necesidad con el propósito de ser sus propios jefes en sus actividades comerciales, esto es uno de los mayores problemas que enfrentan los locales, pues al desconocer como manejarlos adecuadamente, no permanecen en el mercado por mucho tiempo y se ven obligados a cerrar el local, es así como Pincay & Parra (2020) argumentan que la atención al cliente debe ser el eje central de cualquier iniciativa de mejora, reconociendo que la experiencia del cliente es un factor determinante en la percepción general de la calidad del servicio.

Por su parte, Álvarez (2022) concluye que la calidad del servicio afecta la satisfacción del cliente, puesto que, de no brindar un servicio de calidad, los clientes no van a querer volver al negocio. Por esta razón, el autor recomienda que se debe implementar ofertas, promociones de forma variada y de manera innovadora, manifiesta que se debe capacitar continuamente a los trabajadores, esta investigación arroja los mismos resultados, por lo tanto se debe tomar en consideración implementar estrategias que ayuden a mejorar la calidad del servicio, del mismo modo, se tiene que implementar capacitaciones, que son de una suma importancia para mantenerse una buena relación con los clientes, además, de que permita adquirir más conocimientos.

Los resultados presentados en esta investigación muestran cierta alineación con las propuestas de los estudios previos citados en la sección de antecedentes. Un ejemplo de esta concordancia es la confirmación de que la calidad del servicio efectivamente influye en la satisfacción del cliente, pero asimismo hay más puntos como el que nos indica Coronel (2022) que presenta una disparidad en el servicio ofrecido a los clientes, donde no todos reciben un

trato equitativo. Esto se atribuye principalmente a limitación de tiempo y escasez de personal, lo que impide una atención simultánea y uniforme. Los resultados de la encuesta aplicada a los consumidores relevan que, aunque minoritario, existe un segmento de clientes que expresa insatisfacción con el servicio recibido.

Aunque el porcentaje no es representativo, es importante considerar este tipo de situaciones, ya que los pequeños detalles pueden tener un gran impacto al momento de requerir el servicio, como es una relación en ambas investigaciones, por lo que se sugiere que por mínima que sea la situación, debe ser tomada en cuenta al momento de decidir las estrategias al implementar, esto ayudará a mejorar y optimizar tanto el tiempo como la calidad del servicio.

Claramente, se puede afirmar que la calidad de servicio es crucial para alcanzar la satisfacción del cliente, un hallazgo respaldado por la revisión de otros estudios de investigación, aunque lograr la satisfacción de los clientes no es sencillo tampoco es imposible. En la actualidad, se reconoce que los clientes están más informados, por lo tanto, tener una ventaja competitiva como un desafío, ya que los clientes bien informados son más difíciles de engañar. Además, se encontró que mantener una infraestructura adecuada tiene un impacto significativo en la satisfacción, dado que la primera impresión que los clientes tienen al adquirir un producto o servicio es crucial.

En definitiva, los emprendimientos de la comuna Pechiche deben adoptar un enfoque de mejora continua para optimizar sus procesos. Por lo tanto, se sugiere la implementación de un plan de acción que defina las actividades a realizar, asigne responsabilidades claras y establezca plazos adecuados para cada acción.

Por esa razón, se adoptaron las sugerencias de Chara, Moncayo & Chara (2022), quien destaca que el concepto Kaizen no solo beneficia a las empresas industriales, sino también a aquellas del sector de servicios, promoviendo la mejora continua para diferenciarse y obtener ventajas competitivas en sus respectivos mercados. Además, se busca fomentar una cultura organizacional que permita a la empresa llevar a cabo sus actividades con eficacia y eficiencia.

De igual manera señala que actividades, documentación de procesos, identificación de oportunidades de mejora, desarrollo de un plan de acción para futuras mejoras, implementación y evaluación de cambios, son esenciales para el éxito de un programa de mejora en cualquier tipo de empresa ya sea de manufactura o servicios. Además, el autor destaca que cuando la mejora continua se centra en los procesos, se sigue el ciclo PHRA (PDCA) de Deming, que incluye Planificar (Plan), Hacer (Do), Revisar (Review) y Actuar (Act).

Propuesta

Introducción

En el contexto empresarial actual, la calidad del servicio se ha convertido en un factor determinante para competitividad y la viabilidad de los emprendimientos especialmente en la comuna Pechiche enfrentan desafíos significativos que obstaculizan ofrecer un servicio de alta calidad a sus clientes. La implementación de estrategias basadas en el ciclo Deming emerge como una oportunidad estratégica crucial, este enfoque que se centra en los principios de Planificar, Hacer, Revisar y Actuar de manera continua, no solo promete mejorar la calidad de servicio ofrecido, sino también fortalecer la posición competitiva de los negocios y aumentar la satisfacción de los clientes.

Nombre de la propuesta

Estrategias de calidad de servicio basadas en el Ciclo Deming para los emprendimientos de la comuna Pechiche.

Objetivo

Plantear estrategias de la calidad de servicio, que permitan el fortalecimiento en los emprendimientos de la comuna Pechiche mediante la implementación del ciclo Deming.

Justificación

Estos negocios enfrentan numerosos retos especialmente en cuanto a la calidad de servicio, la competencia en el mercado actual exige que los emprendimientos no solo ofrezcan productos o servicio de calidad, sino que también brinden una experiencia excepcional al cliente.

Por otra parte, la implementación estrategias de calidad de servicio basadas en ciclo Deming (PDCA) es esencial para abordar estas necesidades que comprende las fases de Planificar, Hacer, Revisar y Actuar, proporciona un marco estructurado y repetitivo de la mejora continua, esta metodología permitirá a los emprendimientos identificar problemas, buscar soluciones, evaluar los resultados y estandarizar las mejoras, garantizando un proceso de evolución constante.

La aplicación del ciclo Deming promueve una cultura organizacional centrada en la excelencia y la eficiencia, fomentando el desarrollo de habilidades y competencias entre los propietarios y empleados de los emprendimientos, la capacitación continua en mejora de

procesos y atención al cliente no solo mejorar la calidad del servicio ofrecido, sino también crea un ambiente de trabajo más colaborativo, por otra parte, la implementación de estrategias tecnológicas complementarias como el uso de plataformas digitales para la gestión del cliente y la optimización de procesos.

La propuesta de implementar estrategias de calidad de servicio basadas en el ciclo Deming para los emprendimientos de la Comuna Pechiche, no solo responde a la necesidad de mejorar la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado, sino que también representa un paso crucial hacia el desarrollo económico.

Beneficios

Implementar estrategias de mejora de la calidad en el servicio, basadas en el ciclo Deming tendrá varios beneficios para los emprendimientos de la comuna Pechiche:

- ✚ Capacitación del personal:
- ✚ Optimización del servicio:
- ✚ Adopción de tecnología:
- ✚ Comunicación efectiva:
- ✚ Atención al cliente:
- ✚ Evaluación continua:

La implementación de estrategias de calidad de servicio basadas en el ciclo Deming en los emprendimientos de la comuna Pechiche representa una iniciativa prometedora para mejorar la competitividad y la satisfacción del cliente. El siguiente análisis FODA se identifican las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas asociadas con esta propuesta, proporcionando una visión integral de los factores internos y externos que podrían influir en su éxito.

Tabla 20 Foda

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Metodología estructura ✓ Mejora continua ✓ Optimización de procesos ✓ Enfoque en la calidad del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento del mercado ✓ Incremento en la competitividad ✓ Desarrollo tecnológico y profesional ✓ Capacitación del personal
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Resistencia al cambio ✓ Recursos limitados ✓ Poca experiencia ✓ Tiempo de implementación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios en el mercado ✓ Factores económicos ✓ Expectativas elevadas de los clientes ✓ Competencia externa

Nota: Realizado por autor

Estructura de la propuesta

Planificar (Plan):

Capacitación

- ✚ **Objetivo:** mejorar la calidad del servicio brindado por los emprendimientos.
- ✚ **Actividades:** organizar talleres para capacitar a los propietarios y empleados sobre técnicas de atención al cliente, manejo de quejas y servicio personalizado.

Hacer (Do)

Optimización de tiempos de espera

- ✚ **Objetivo:** reducir los tiempos de espera para los clientes en la adquisición de productos o servicios.
- ✚ **Actividades:** implementar sistemas para la gestión y procedimientos estandarizados para la atención al cliente.

Implementación de estrategias tecnológicas

- ✚ **Objetivo:** utilizar la tecnología para mejorar la eficiencia del negocio.
- ✚ **Actividades:** crear perfiles en redes sociales para promocionar los emprendimientos y comunicarse con los clientes y digitalizar la gestión de documentos para mejorar la organización y eficiencia.

Revisar (Review)

Fomento de la comunicación efectiva

- ✚ **Objetivo:** fortalecer el trabajo en equipo y transmitir confianza y seguridad a los clientes.
- ✚ **Actividades:** organizar reuniones periódicas para intercambiar ideas, conocimientos y experiencias entre el personal y fomentar una cultura de colaboración.

Evaluaciones periódicas de procesos

- ✚ **Objetivo:** mejorar continuamente los procesos de servicio.
- ✚ **Actividades:** realizar evaluaciones periódicas de los procesos y servicios para identificar oportunidades de mejora y desarrollar planes de acción basados en los resultados de las evidencias y revisiones.

Actuar (Act)

Contratación de personal adicional

- ✚ **Objetivo:** mejorar la atención al cliente.
- ✚ **Actividades:** analizar las necesidades de personal y contratar empelados adicionales para garantizar una atención de calidad.

Implementación y Evaluación

Fase 1: planificación inicial.

Fase 2: implementación de tecnología.

Fase 3: optimización de procesos y evaluación continua.

Fase 4: revisión y ajustes de estrategias basadas en los resultados obtenidos.

Estas estrategias permitirán a los emprendimientos de la comuna Pehiche ofrecer un servicio de calidad, satisfacer a sus clientes y crecer de manera sostenible en un entorno competitivo, siguiendo el ciclo Deming para asegurar una mejora continua.

Conclusión

La implementación de estrategias de calidad de servicio basadas en el ciclo Deming representa un enfoque prometedor para los emprendimientos de la comuna Pehiche, no solo busca mejorar la calidad del servicio ofrecido a los clientes, sino también establecer un marco sistemático para la mejora continua, a través de la Planificación, Ejecución, Revisión y Acción constante, los negocios pueden adaptarse mejor a las expectativas cambiantes del mercado y asegurar un alto nivel de satisfacción en sus consumidores.

Conclusiones

Los resultados que se obtuvieron en la investigación realizada en los emprendimientos de la comuna Pechiche, con enfoque en la calidad del servicio revelaron cómo este factor contribuye significativamente al fortalecimiento de los negocios, la información recabada determinó que la calidad del servicio se ubica en un nivel medio, puesto que, con la recopilación de la entrevista, se estableció que muchos de los negocios no se mantienen en el mercado por la escasez de conocimiento, esto se da porque los son implementados de manera empírica o por pretender que con un negocio mejorara su economía y muchas veces no es así, entonces surgen los problemas y los dueños se ven en la obligación de cerrar sus locales, por lo tanto, se evidencia que mejorar la calidad del servicio es fundamental para fortalecer estos emprendimientos.

La investigación aborda la situación actual de los emprendimientos, puesto que en la comunidad existen numerosos negocios que han surgido como consecuencia de la pandemia, los cuáles se dedican a la comercialización de productos de primera necesidad, al analizar el funcionamiento de estos negocios, se logró determinar que uno de los motivos principales por los que no logran mantenerse en el mercado es por la poca iniciativa de capacitaciones, talleres o cursos, seguido por el bajo uso de la tecnología, otro de los aspectos a destacar, es que los emprendimientos se generan empíricamente y por necesidad, lo que conlleva a un conocimiento limitado del negocio, afectando su rendimiento, esto conduce a consecuencias identificables como la insatisfacción de los clientes, resultando en una baja fidelización y por ende, en el seguimiento de un entorno competitivo.

Si bien, son muchos los factores que influyen en la percepción que tienen las personas hacia un negocio, los clientes encuestados manifestaron en su mayoría que sí reciben una buena atención por parte de los dueños y los trabajadores, también acotaron que sus inquietudes y necesidades son atendidas a la medida que los encargados pueden, sin embargo, un mínimo porcentaje de clientes manifestaron que no son bien atendidos, a su vez, en la recopilación de la información de la entrevista, varios propietarios de los negocios, mencionaron que hay ocasiones que los clientes se van insatisfechos, puesto que no se logra atender lo requerido, uno de los factores es debido a la falta de personal, no se puede atender a todos en un mismo tiempo, se determina que no se llega a cumplir con las expectativas y necesidades de todos los clientes.

Al constatar que la calidad del servicio no alcanza una plena satisfacción se propone estrategias de mejora continua con el propósito de fortalecer la calidad del servicio brindado en los emprendimientos de la comuna Pechiche, proporcionando más relaciones de las que los clientes quieren y construyen. Así mismo, estas estrategias se plantean en respuesta a los hallazgos obtenidos tanto en las encuestas como entrevistas, se sugiere instaurar una línea de atención al cliente incorporando tecnología avanzada, que considere que los aspectos relacionados con inconvenientes, quejas, reclamos, consultas, servicios, entre otros, para satisfacer complementemente las expectativas de los consumidores.

Recomendaciones

Analizar el mercado al que se va a dirigir, conocer qué es lo que se quiere vender u ofrecer, para no ser repetitivos con lo que se quiere emprender, una de las mejores opciones para llamar la atención de los clientes es innovando, de la misma manera se debe implementar una planificación, donde se pueda fijar metas, objetivos y sobre todo llevar un sistema de control o evaluación para valorar los avances y logros obtenidos. Asimismo, que los propietarios de los negocios refuercen sus conocimientos en gestión empresarial, con énfasis en la mejora continua de la calidad del servicio. Estas acciones contribuirán a fortalecer los emprendimientos, mantener su posicionamiento en el mercado y asegurar su rentabilidad.

Otro de los aspectos importantes es el uso de la tecnología, puesto que esta herramienta es un verdadero aliado para los emprendedores, además, de que se puede reducir costos, ayuda a captar más clientes y mejora la productividad del negocio, se recomienda a los dueños de los locales que implementen esta herramienta, así podrán dar a conocer mediante las redes sociales a qué actividad económica se dedican y lograrán sobresalir frente a sus competidores.

Se recomienda prestar atención a los aspectos como escuchar al cliente, hacer contacto visual, ponerse en el lugar de la otra persona, ofrecer soluciones alternativas, elegir la mejor solución, comunicarse al nivel del cliente, puesto que todos estos aspectos permiten a los clientes alcanzar su máxima satisfacción y sobre todo podrá cumplir con sus expectativas.

Las estrategias planteadas tienen como objetivo mejorar la calidad de servicio brindado y simultáneamente, impulsar el progreso económico de los propietarios y empleados de los emprendimientos, en consecuencia mediante un proceso de mejora continua y formación, se aspira satisfacer los requerimientos establecidos, por otra parte resulta crucial desarrollar un plan de acción que permita evaluar todos los procedimientos a seguir, con el propósito de ofrecer un servicio de alta calidad a los consumidores. Además, se recomienda la aplicación del ciclo de Deming (Plan - Do - Check - Act) para estructurar y asegurar la eficacia de estas estrategias, permitiendo un ajuste constante en busca de la excelencia.

Referencias

- Aguado, D. (12 de 2016). *La capacidad de adaptación de las organizaciones*. IIC: <https://www.iic.uam.es/rr-hh/capacidad-adaptacion-organizaciones/>
- Alarcon, C. (04 de 11 de 2021). *La calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro cafeterías del distrito de Satipo, Junín 2021*. ULADECH: <https://hdl.handle.net/20.500.13032/24269>
- Alvarez, J. (19 de 05 de 2022). *Atención al cliente y fidelización de la demanda en los almacenes de electrodomésticos de la ciudad de Jipijapa, período 2019 – 2021*. UNESUM: <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3799>
- Bodadilla, M. (23 de 12 de 2020). *Propuesta de mejora referida a la calidad de servicio en el área de radiología médica en un hospital de Lima 2020*. UNW: <https://hdl.handle.net/20.500.13053/4406>
- Cardenas, F. (20 de 01 de 2023). *Eficiencia y eficacia: diferencia y ejemplos de aplicación*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/eficiencia-y-eficacia>
- Cardozo, L. (01 de 03 de 2021). *Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales*. Zenvia: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Castañeda, S. (2022). *¿Qué es la calidad de servicio? Concepto, tipos y medición*. Tiendanube: <https://www.tiendanube.com/mx/blog/calidad-de-servicio/>
- Chara, N., Moncayo, G., & Chara, Y. (01 de 04 de 2022). *Aplicación de la filosofía kaizen a la administración de microemprendimientos*. Dominio de las ciencias: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2653>
- Código de Comercio . (2019). Lexisfinder : https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/Código_de_Comercio.pdf
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). Lexis: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

- Contreras, J., Fernández, M., & Segura, L. (2019). *Evaluación de la calidad en el servicio mediante el Modelo SERVQUAL a una microempresa Chocolatera*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7956662>
- Coronel, K. (2022). *Calidad de atención y satisfacción del cliente en la empresa de calzados GMAA, Chiclayo*. UCV: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/78158>
- Flores, L., & Villegas, A. (02 de 12 de 2022). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad*. UPC: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoF_E.pdf?sequence=3
- Ganím, R. (2017). *Excelente servicio y posicionamiento en cordialidad*. Gestipolis: [https://www.gestipolis.com/excelente-servicio-posicionamiento-cordialidad/#:~:text=La%20Cordialidad%20\(dar%20con%20el,producto%20o%20servicio%20de%20base.](https://www.gestipolis.com/excelente-servicio-posicionamiento-cordialidad/#:~:text=La%20Cordialidad%20(dar%20con%20el,producto%20o%20servicio%20de%20base.)
- Gómez, E., & Luján, G. (04 de 04 de 2022). *Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana*. UCE: <https://www.redalyc.org/journal/6538/653869372008/html/>
- Hammond, M. (13 de 06 de 2024). *Qué es la atención al cliente, elementos clave e importancia*. Hubspo: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20es,de%20manera%20inmediata%20y%20efectiva.>
- Huilcapi, M., Masacón, N., & Bayas, A. (24 de 08 de 2021). *Gestión de calidad una reflexión sobre la fidelización de clientes en pymes y emprendimientos locales*. <https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/oratores/article/view/686/1473>
- ISO. (2015). http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/ISO/documentos/ISO_9001_2015.pdf
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Lexis: https://www.dpe.gob.ec/lotaip/pdfenero/JURIDICO/a2/a2_ley_org_defen_consum.pdf
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>

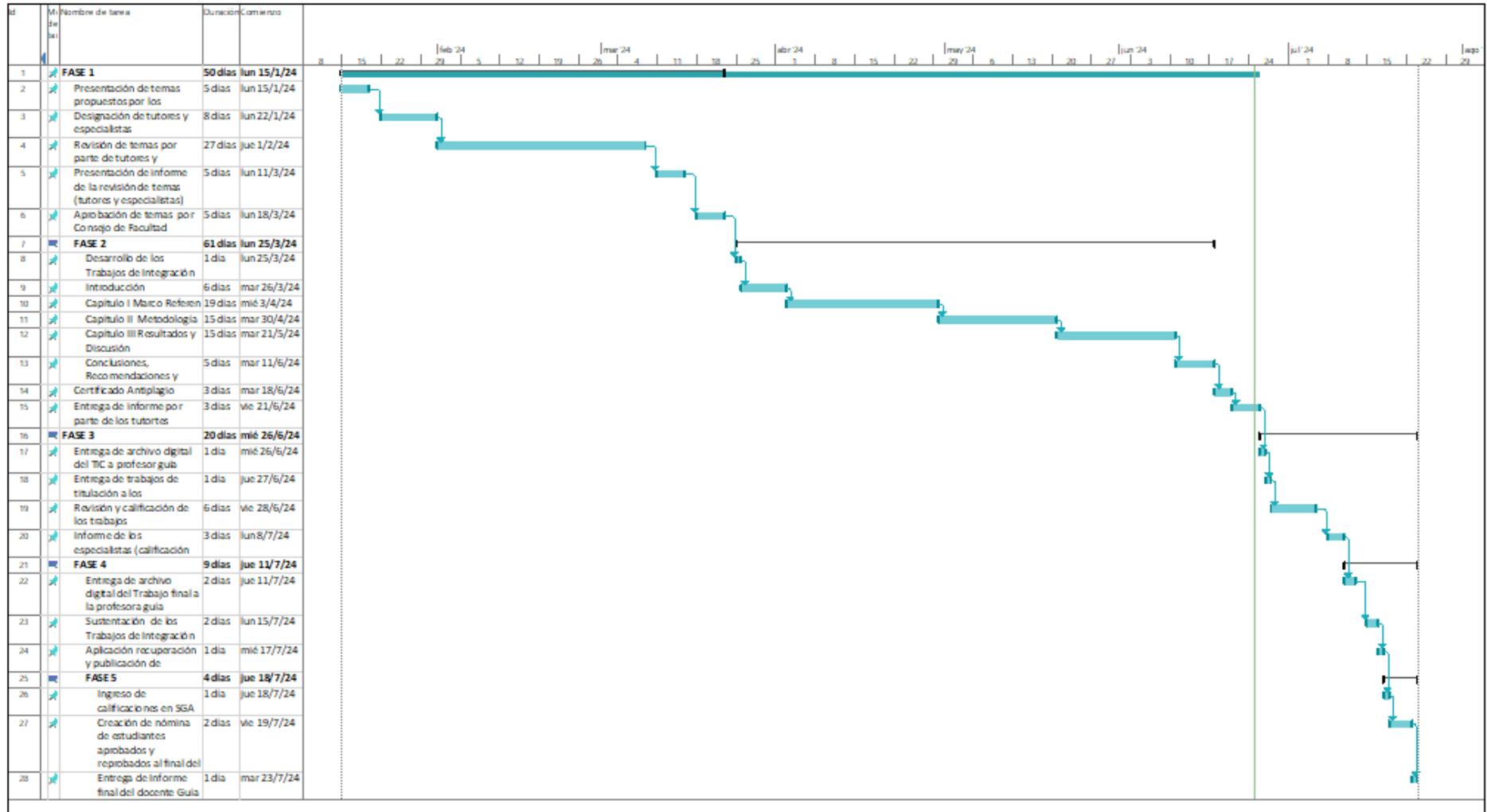
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). Fielweb: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf
- López, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning, S.L.
- Mac, A. (21 de 06 de 2021). *¿Cómo la transparencia en los negocios conduce al crecimiento y la lealtad del cliente?* Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/es/estrategias-de-crecimiento/como-la-transparencia-en-los-negocios-conduce-al/406890>
- Maldonado, S. (29 de 06 de 2020). *Evaluación de la calidad en el servicio de alimentación en cadenas de restaurantes de la ciudad de Quito*. EPN: <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/20967>
- Muguirra, A. (2024). *Compromiso de los empleados: ¿Qué es? ¿Para qué funciona?* QuestionP: <https://www.questionpro.com/blog/es/compromiso-de-los-empleados/>
- Obando, R. (15 de 04 de 2024). *Ciclo de Deming o ciclo PDCA: qué es y cómo implementarlo*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/ciclo-de-deming>
- Ortiz, K. (20 de 01 de 2023). *¿Qué es la comunicación efectiva? Elementos, tipos y ejemplos*. Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/comunicacion-efectiva#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20efectiva%20es%20el,empat%C3%ADa%20y%20la%20escucha%20activa.>
- Pincay, Y., & Parra, C. (27 de 07 de 2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Dominiadelasciencias: <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1341>
- Sanfeliz, A. (2022). *La democracia de las emociones*. Kolima Books.
- Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L., & Villarreal, V. (2019). *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios*. GEON: <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/159/155>

Apéndices

Apéndices 1 Matriz de contingencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS		IDEA PARA DEFENDER	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
		GENERAL	ESPECÍFICOS					
CALIDAD DE SERVICIO EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA COMUNA PECHICHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023	¿De qué forma la calidad en el servicio fortalece los emprendimientos de la comuna Pechiche? Sistematización del problema	Analizar cómo la calidad del servicio fortalece los emprendimientos de la comuna El Pechiche.	Diagnosticar la situación actual referente a la calidad del servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche	La implementación de estrategias de calidad del servicio permitirá la fidelización de los clientes en los emprendimientos de la comuna Pechiche.	V/I: Calidad de servicio.	Atención al cliente	Amabilidad	Diseño de la Investigación: Diseño no experimental y transversal – Alcance Descriptivo Tipo de investigación: Enfoque mixto: cualitativo – cuantitativo. Método de investigación: Método inductivo y analítico. Población: Propietarios y usuarios de los emprendimientos de la Comuna Pechiche. Diseño de recolección de datos. Técnicas: Encuesta – Entrevista. Instrumento: Guía de entrevista – Cuestionario de encuestas. Procesamiento de Datos: Excel de Microsoft y SPSS de IMB
							Satisfacción	
							Expectativas	
	Fiabilidad		Compromiso del personal					
			Eficiencia					
			Transparencia					
	Empatía		Comunicación clara y comprensible					
			Trato cordial y amable					
			Capacidad de adaptación					

Apéndices 2 Cronograma



Apéndices 3 Entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Entrevistador: _____

Fecha: ___ / ___ / ___

Objetivo: Determinar la calidad de servicio de los usuarios de los emprendimientos de la comuna Pechiche, Provincia de Santa Elena, año 2023.

ENTREVISTA DIRIGIDA PARA LOS PROPIETARIOS DE LOS EMPRESARIOS DE LA COMUNA PECHICHE.

Preguntas:

1. ¿Cómo evalúa la situación actual referente a la calidad de servicio de los emprendimientos de la comuna Pechiche?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que cree que tienen los emprendimientos de la comuna Pechiche?
3. ¿Cómo cree usted que es la calidad del servicio que se ofrece en su negocio?
4. ¿Ha tenido clientes insatisfechos por la atención que se les brinda? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendimientos de la comuna Pechiche para brindar un servicio de calidad a sus clientes?
6. ¿Cómo resuelve las consultas y preocupaciones que tienen los clientes de su negocio?
7. ¿Cuáles son las principales acciones que implementa para atender mejor a sus clientes?

8. ¿Cómo se fortalecen los conocimientos y capacidades de las personas que trabajan en su negocio?
9. ¿Cómo puede mejorar la atención al cliente, fiabilidad y empatía en su negocio?
10. Si usted fuera el ministro de la producción ¿qué haría para mejorar la calidad del servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?
11. ¿Qué opina sobre realizar un seguimiento a los clientes atendidos para así poder medir la calidad de atención que se brinda?
12. ¿Qué otra recomendación haría para mejorar la calidad del servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?

Apéndices 4 Entrevista

		UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS				
Encuestador: _____				Fecha: ___/___/___		
Objetivo: Determinar la calidad de servicio de los usuarios de los emprendimientos de la comuna Pechiche, Provincia de Santa Elena, año 2023.						
Estimado encuestado, la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación, marque sus respuestas con una "X", en el recuadro respectivo.						
Datos						
Edad	18 – 28 años		29 – 39 años		40 – 50 años	Más de 50 años
Género	Masculino		Femenino		LBGTQ+	Otro
Nivel de Educación	Primaria		Secundaria		Tercer Nivel	Cuarto Nivel
Escala de Likert						
	1		2		3	
	4		5		6	
	Definitivamente No		Probablemente No		Indeciso	
			Probablemente Si		Definitivamente Si	
Variable independiente: Calidad de servicio						
Preguntas					Calificación	
					1	2
					3	4
					5	
N°	Dimensión: Atención al cliente			Indicador: Amabilidad		
1	¿Se muestra actitud amable en el personal que labora en los emprendimientos?					
2	¿Considera que la amabilidad de los empleados contribuye a que su experiencia como cliente sea más placentera?					
	Dimensión: Atención al cliente			Indicador: Satisfacción		
3	¿El personal o dueño del emprendimiento muestra interés y preocupación por satisfacer sus necesidades?					
4	¿El servicio de atención percibido en el establecimiento ha cumplido con sus expectativas y necesidades?					

Dimensión: Atención al cliente		Indicador: Expectativa				
5	¿Los emprendimientos han logrado igualar o superar las expectativas que tenía antes de ser atendido?					
Dimensión: Fiabilidad		Indicador: Compromiso del personal				
6	¿Los empleados de los emprendimientos se muestran comprometidos y responsables al momento de brindar el servicio?					
Dimensión: Fiabilidad		Indicador: Eficiencia				
7	¿Es eficiente el desempeño del personal al brindar atención al usuario?					
8	¿Siente que los emprendimientos aprovechan de manera óptima los recursos (tiempo, personal, etc.) para brindar el servicio eficiente?					
Dimensión: Fiabilidad		Indicador: Transparencia				
9	¿Siente que puede confiar plenamente en la información que le brindan los empleados de los emprendimientos?					
10	¿Se siente seguro adquiriendo productos y servicios ofertados por los diversos emprendimientos?					
Dimensión: Empatía		Indicador: Comunicación clara y comprensible				
11	¿Los empleados de los emprendimientos se comunican con usted de manera clara y comprensible?					
12	¿Los emprendimientos de la comuna Pechiche cuentan con materiales informativos (folletos, carteles, etc.) que utilicen un lenguaje claro y accesible?					
Dimensión: Empatía		Indicador: Trato cordial y amable				
13	¿Los emprendimientos brindan un ambiente agradable y acogedor para los clientes?					
Dimensión: Empatía		Indicador: Capacidad de adaptación				
14	¿Los empleados se esfuerzan por comprender su perspectiva y encontrar soluciones personalizadas para usted?					
15	¿Considera usted importante implementar estrategias de calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche?					

Apéndices 5 Validación de los instrumentos



**Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas**

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: “**Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023**”, planteado por el estudiante Rodríguez Tomalá Lissette Karina, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 05 de junio de 2024

Eco. Willian Caiche Rosales, Mgs.

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

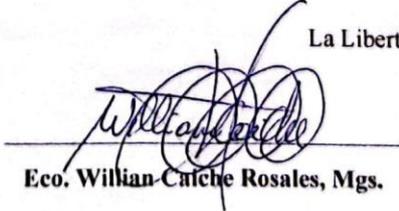
Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: "Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023", planteado por el estudiante Rodríguez Tomalá Lissette Karina, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Encuesta

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 07 de junio de 2024



Eco. Willian-Cucho Rosales, Mgs.

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites



**Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas**

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: "Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023"

Autor del instrumento: Rodríguez Tomalá Lissette Karina

Nombre del instrumento: Entrevista

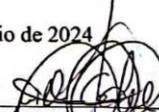
2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					/
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					/
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					/
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					/
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					/
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					/
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					/

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 05 de junio de 2024


 Firma del Experto Informante
 Eco. Willian Caiche Rosales, Mgs.

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec





**Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas**

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: "Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023"

Autor del instrumento: Rodríguez Tomalá Lissette Karina

Nombre del instrumento: Encuesta

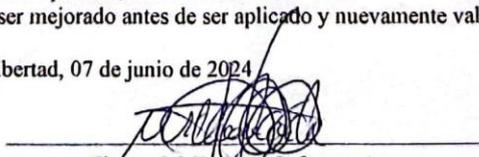
2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 07 de junio de 2024


 Firma del Experto Informante
 Eco. Willian Caiche Rosales, Mgs.

Apéndices 6 *Entrevista experto*



Nota: Entrevista dirigida a experto

Apéndices 7 *Encuesta usuarios*



Nota: Encuesta dirigida a usuarios

Apéndices 8 *Certificado antiplagio***Biblioteca General****Formato No. BIB-009****CERTIFICADO ANTIPLAGIO**

La Libertad, 25 de junio de 2023

003-TUTOR SGVP -2024

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado "*Calidad de servicio en los emprendimientos de la comuna Pechiche, provincia de Santa Elena, año 2023*", elaborado por la estudiante *Rodríguez Tomalá Lissette Karina*, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 1% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Ing. Sabina Gisella Villón Perero, MSc.

C.I.: 0914849112

DOCENTE TUTOR



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Reporte de análisis.

+ 100%

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
ingrator

RODRIGUEZ TOMALA LISSETTE

Todas negativas

1%

1%
Todas negativas

1. No especificado
2. No especificado
3. No especificado

Nombre del documento: RODRIGUEZ TOMALA LISSETTE.docx
ID del documento: 5ea779e46613155039e402e406da55007776e
Tamaño del documento original: 77.21 KB

Depositar: SARENA CORPILA YELLEN PERERO
Fecha de depósito: 26.6.2024
Línea de carga: sin carga
Fecha de fin de análisis: 25/6/2024

Número de palabras: 12.642
Número de caracteres: 54.747

Distribución de las similitudes en el documento

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripción	Similitudes	Ubicaciones	Citas adicionales
1	Libros de literatura y ciencias sociales en los establecimientos de enseñanza superior de Ecuador	4.1%	1-10	1-10
2	Tratado de derecho penal de Ecuador	4.1%	1-10	1-10

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripción	Similitudes	Ubicaciones	Citas adicionales
1	Revista jurídica	4.1%	1-10	1-10
2	Documento de derecho penal	4.1%	1-10	1-10
3	Revista jurídica	4.1%	1-10	1-10