



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIDAD DE SERVICIO PARA EL SECTOR EMPRESARIAL
DEDICADO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS ENLATADOS EN LA PARROQUIA CHANDUY-
PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2020.**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

VILLÓN BOHÓRQUEZ SHEYLA

TUTORA

ING. SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSC.

La Libertad – Ecuador

Octubre 2020

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de profesor guía de ensayo titulado “**CALIDAD DE SERVICIO PARA EL SECTOR EMPRESARIAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ENLATADOS EN LA PARROQUIA CHANDUY- PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2020.** elaborado por la señorita **SHEYLA MELISSA VILLÓN BOHÓRQUEZ**, de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente 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. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

PROFESOR TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme cumplir con este objetivo tan importante en mi vida, gracias por guiar mis pasos correctamente, por amarme y nunca abandonarme.

A mis padres por su amor y apoyo incondicional, que día a día dan su mayor esfuerzo por ayudarme, gracias por motivarme a nunca rendirme, por darme ánimos y estar presente en cada momento importante para mí, gracias por ser mi fuerza para terminar esta etapa tan importante.

A mis hermanos, por su cariño, por cada palabra de aliento, por su apoyo desde el primer día de mi ingreso en la institución.

A mi querida universidad Estatal Península de Santa Elena por ser parte importante en mi formación académica

SHEYLA VILLÓN B.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a DIOS, por llenar mi vida de salud, sabiduría, fortaleza y bendecir cada paso que he dado en el transcurso de esta carrera estudiantil.

A mis padres y hermanos, por su amor infinito, por apoyarme, motivarme y por darme la oportunidad de terminar mis estudios universitarios.

A mi novio, por el cariño y el gran apoyo que me brindo en cada momento, demostrándome su amor incondicional, por su paciencia, motivación, por darme fuerza para no rendirme y por compartir bellos momentos de mi vida.

SHEYLA VILLÓN B.

TRIBUNAL DE GRADO



Lic. José Xavier Tomalá U., MSc

**DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.

**DOCENTE GUÍA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Soraya Linzán R., MSc.

**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN	9
DESARROLLO	11
CONCLUSIONES:	17
RECOMENDACIONES	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19
ANEXOS.....	20

CALIDAD DE SERVICIO PARA EL SECTOR EMPRESARIAL DEDICADO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ENLATADOS EN LA PARROQUIA CHANDUY- PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2020

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se llevó a cabo en el sector empresarial de la parroquia Chanduy, Cantón Santa Elena, de la Provincia de Santa Elena, donde el objetivo principal es analizar la calidad de servicio que existe en las empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos enlatados como el atún y la sardina. A través de investigaciones realizadas en libro, artículos científicos y la observación directa, pude obtener mayor conocimiento del tema, desarrollando conceptos claves de calidad de servicio, que les permitan a las empresas enfrentarse a los cambios que actualmente se están dando en el mercado. La satisfacción del cliente es primordial para toda organización, ya que de eso depende el éxito que vaya a tener en el mercado. La calidad de servicio que las empresas presenten a sus clientes después de implementar cambios en su organización serán reflejados de manera positiva en la aceptación de su producto.

Palabras claves: Calidad de servicio, Cliente, Mercado.

ABSTRACT

This degree work was carried out in the business sector of the Chanduy parish, Canton Santa Elena, in the Province of Santa Elena, where the main objective is to analyze the quality of service that exists in companies dedicated to production and marketing of canned goods such as tuna and sardines. Through research carried out in books, scientific articles and direct observation, I was able to obtain greater knowledge of the subject, developing key concepts of quality of service, which allow companies to face the changes that are currently taking place in the market. Customer satisfaction is paramount for any organization, since the success it is going to have in the market depends on that. The quality of service that companies present to their clients after implementing changes in their organization will be reflected in a positive way in the acceptance of their product.

Keywords: Quality of service, Customer, Market.

INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio en la actualidad, ha adquirido una gran importancia en todo el ámbito empresarial, los clientes son exigentes y buscan productos de alta calidad, que les permita sentirse seguro con lo que están consumiendo, antes la oferta era limitada pero hoy en día la alta gama de productos sustitutos que existen en el mercado de productos enlatados, ha obligado que la base principal para las empresas sea la calidad de servicio, este factor es considerado como un valor agregado para destacar de las otras empresas y satisfacer en su totalidad al cliente por encima de sus expectativas.

En la parroquia Chanduy existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos enlatados, como el atún y la sardina. La competitividad que se encuentra en este mercado se ha vuelto agresiva y conseguir la fidelidad de los consumidores hacia el producto no es nada fácil si la organización no tiene claro los objetivos que desea alcanzar. Aunque la calidad de servicio se ha convertido en la estrategia más utilizada por los departamentos de calidad, aún existe un pequeño porcentaje de empresas que no consideran a la calidad como un recurso en el cual se deba inyectar capital o le da miedo invertir en un bien que no sea tangible.

Por esta razón el objetivo de la investigación es analizar la calidad de servicio para el sector empresarial dedicado a la producción y comercialización de productos enlatados (atún-sardina) en la parroquia Chanduy, vale recalcar que para una organización sus empleados juegan un rol de suma importancia, porque ellos son los que ejecutan cada uno de los procesos de producción hasta obtener el producto final.

Este estudio se llevó a cabo debido a la necesidad que tiene la empresa, de ofrecer un mejor servicio a sus clientes como parte de una estrategia para lograr un cambio y así mantenerse en el mercado y porque no posesionarse líder con respecto a la competencia, es conveniente analizar cada uno de los procesos de producción identificando estándares de calidad que le permita obtener una mejora en cada uno de los departamentos alcanzando resultados favorables dentro del mercado.

Se realizó un estudio exploratorio porque por medio de los datos encontrados se formuló una nueva investigación que será utilizada por estudiantes que quieran indagar sobre el tema. El método inductivo me permitió realizar un análisis general a través de la observación directa en la empresa para conocer el tipo de calidad que brindan a sus clientes y como fuente secundaria utilice los datos documentales obtenidos por libros.

El presente tema de investigación, está conformado por varios lineamientos establecidos, consta de una breve introducción en donde se describe el tema y su objetivo, fuentes bibliográficas extraídas de libros, ensayos o artículos científicos de donde se obtuvo mayor información para desarrollar conceptos clave de calidad de servicio, las conclusiones y las recomendaciones las encontramos en la parte final del ensayo.

DESARROLLO

Botero María (2006) menciona en el artículo científico “Calidad en el servicio “que tiene como objetivo evaluar la calidad en el servicio que brindan las empresas relacionados con la satisfacción del cliente, para esto se desarrolló una investigación sobre el tema teniendo como métodos utilizados la investigación cuantitativa de tipo descriptivo obteniendo como resultado que la percepción de la calidad en el servicio debe estar respaldada por una estructura y gestión organizacional de tal manera que las organizaciones busquen superar las expectativas de los clientes.

Mediante el artículo sobre la calidad de servicio consiste en evaluar de como las empresas llevan a cabo los nuevos métodos que hoy en día están incurriendo en el mundo del mercado global tiende a ser una de las mejores opciones para que las empresas puedan reestructurar y plantear mejores tomas de decisiones con el fin de mejorar sus expectativas hacia los clientes en torno a la calidad de servicio.

Ruiz Roso (2012) menciona en su artículo “satisfacción del cliente de empresas dedicadas a la producción de atún y sardinas enlatadas“ en el artículo estudiado el objetivo es analizar la satisfacción que reciben los clientes por medio de las empresas dedicadas a la producción de productos enlatados para esto se aplicó una investigación descriptiva con un muestreo aleatorio simple obteniendo como resultados que la falta de conocimientos de nuevas estrategias de servicio de calidad provoca una deficiencia al momento de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Una de las estrategias para mejorar a una empresa es la calidad de servicio que se direcciona a la satisfacción de cliente mediante el servicio que brinde la empresa, a esto el mercado global hace que las estrategias de calidad sean útiles y que así las empresas opten por mejorar sus servicios y no quedarse rezagados.

La calidad de servicio es un término utilizado para referirse a la satisfacción del cliente, a lo largo de la historia muchos autores han desarrollado conceptos diferentes de acuerdo a la perspectiva que tienen, antes conozcamos que es CALIDAD Y que es SERVICIO.

La calidad es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido por el cliente. Para lograrlo es necesario que las actividades de la organización funcionen de la mejor forma (Rivero, 2007)

La calidad podría ser definida como una continua mejora de las actividades que desempeñan las organizaciones para alcanzar la excelencia a través del cambio que se da con la ayuda de los trabajadores en los productos o servicio, cumpliendo con los requisitos estándares exigido, logrando alcanzar el grado de satisfacción del consumidor

La exigencia competitiva de los mercados hace del servicio un elemento diferenciador que permite la generación de valor a las organizaciones que buscan la satisfacción del cliente y su fidelización, hoy no basta con ofrecer solo un producto, sino que el servicio sea de calidad y se convierta en ventaja por excelencia (Uribe, 2013).

La satisfacción del cliente se considera como el grado en que se cumple sus expectativas con relación a un producto y el nivel en que dicho producto satisface sus necesidades dando como resultado una ventaja competitiva.

Parasuraman, Ziithsml y Berry (1998) consideran que la calidad de servicio “consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido”.

Mientras que, Ruiz (2001) la describe como una forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez ha llevado a cabo la transición.

La calidad de servicio, se conceptualiza según la perspectiva que el autor tenga sobre la calidad, que podría ser definida como la diferencia que existe entre lo que el cliente espera

y lo que recibe, debido que el cliente siempre buscará satisfacer sus necesidades y para una organización conseguirla será alcanzar una ventaja ante su competencia.

Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable (Vargas Martha, 2014).

La calidad debe estar orientada en la satisfacción del cliente, poder brindar un producto o servicio acorde a lo q merece, la conducta que tengan todas las personas que intervienen en el proceso para obtener el producto o servicio final dependerá, es necesario que se ofrezca algo adecuado, confiable y sobre todo seguro.

“Para llevar a cabo la investigación, una vez definido los conceptos de calidad de servicio, se muestran y analizan las cinco dimensiones principales para mantener un servicio adecuado para los usuarios de la organización. (Vallejo, 2016)

- ✚ CONFIABILIDAD: conseguir que los consumidores, sientan seguridad al consumir el producto, obtener la fidelidad es el mayor logro que la empresa podría conseguir.

- ✚ SEGURIDAD: es lo que se espera brindar a los clientes al momento de ofrecer un producto o servicio final, por esta razón es factible que todas organizaciones capaciten a los trabajadores para que adquieren el conocimiento necesario que les permita desarrollar su trabajo de manera eficiente y eficaz, logrando que el cliente se sienta seguro de elegir su producto.

- ✚ CAPACIDAD DE RESPUESTA: lograr que se resuelvan de manera eficiente las problemáticas que puedan existir en la producción y comercialización de los productos, es necesario que la empresa tenga establecido estrategias que le permitan resolver de manera segura cualquier dificultad para ganarse la confianza del cliente.

- ✚ EMPATÍA. Disposición de ofrecer atención adecuada al cliente, la cortesía, la voluntad para resolver algún problema que se presente son algunos del compromiso que deben tener hacia el cliente.

- ✚ TANGIBLE: se refiere a la seguridad que se brinde a través de las instalaciones, personal o equipo que los clientes puedan evidenciar de manera física.

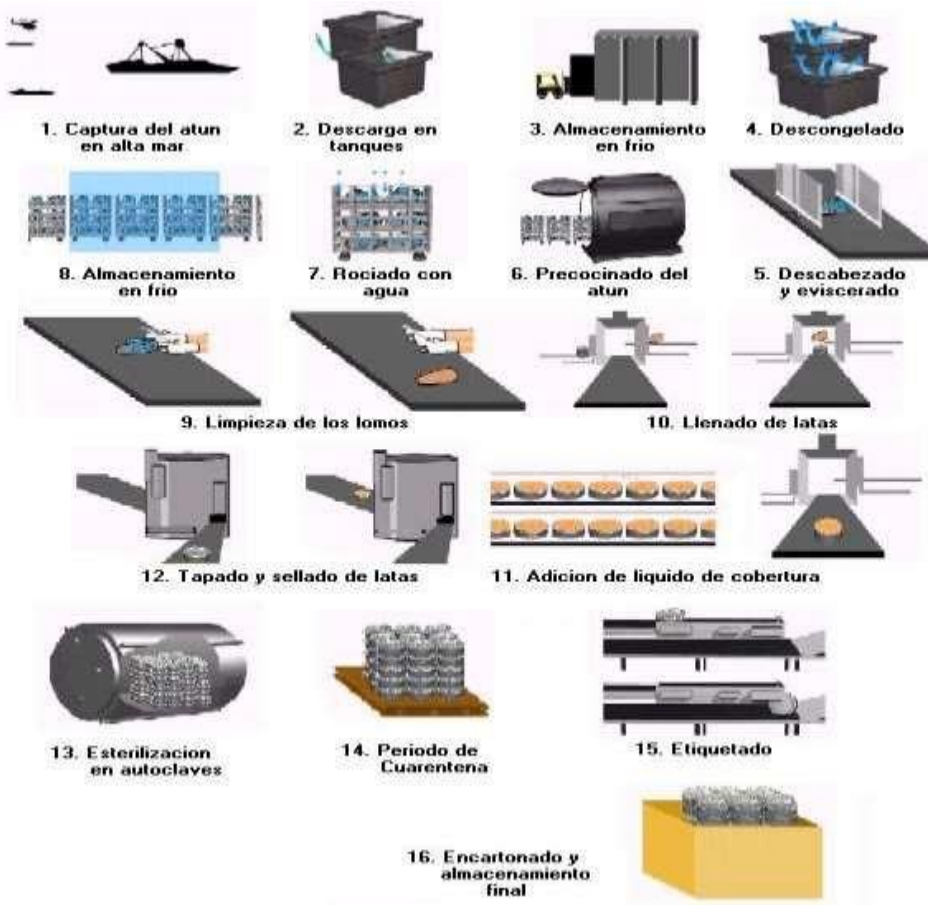
La Parroquia Chanduy se caracteriza por contar con un factor productivo muy importante como la pesca, el área donde está situada permite manejar aquellos recursos disponibles que le ofrece la naturaleza. Por esta razón existen empresas dedicadas al procesamiento del pescado, la transformación en harina y productos enlatados. Para sus habitantes ejercer esta actividad pesquera se ha convertido en la fuente principal de ingreso en sus hogares, por tal razón gran parte de la población trabaja en empresas cercanas.

Por la observación directa que se logró desarrollar en 2 empresas de esta localidad, se pudo evidenciar que, si cuentan con departamentos de calidad, pero los constante cambios tecnológicos que en la actualidad se están registrando y la alta gama de productos sustitutos que ha invadido el mercado, está haciendo que la clientela se vuelva exigente con el producto, y su vez sea más difícil satisfacer las necesidades que presenta.

Los clientes juegan un rol de suma importancia, debido que son ellos los que ayudan a obtener el éxito o el fracaso en una organización, su consumo y preferencia hacia el producto, beneficiará a la empresa, y desfavorecerá a la competencia, es aquí donde existe esa competitividad entre las empresas y el objetivo de cada una es conseguir la preferencia de los consumidores y posesionarse en el mercado.

En toda organización se debe tener en cuenta sus trabajadores también son importantes para alcanzar la preferencia de los consumidores hacia sus productos, dado que son ellos los que ejecutan cada proceso para obtener un producto final. Hacerles sentir que son parte del crecimiento de la empresa o incentivarlos por el esfuerzo que realizan diariamente cambia algunos aspectos dentro de la organización de manera positiva

Las especies más comunes que se utilizan para el proceso del Atún son: el yellowfin, albacora y el Skipjaxk. Siendo el Yellowfin el más utilizado por la calidad de su carne para el enlatado de atún. En cada lata, se coloca únicamente lomos de atún y rallado, prolijamente seleccionados, cada lata es igual a la otra mecánicamente envasados y controlados manualmente con 198 de gramo. El líquido que posee puede ser aceite de oliva o agua y la sal que se adicione al producto se encontrara en el agua



El proceso que se realiza en una organización para tener un producto final, se inicia con la pesca del Atún y otras especies que serán utilizada, una vez obtenida toda la pesca es almacenada en los frigoríficos para que se mantengan en buen estado, el descongelamiento se lo realiza dependiendo la producción que vayan a ejecutar, si es lomo, rallado, atún de aceite o agua, una vez descongelado pasan al proceso de eviscerado y esterizado que es donde se limpia al pescado y se saca el lomo, y otras partes del pescado que se va a utilizar. Las latas son selladas y ubicadas en coches que son introducidos, y cocinados por medio de vapor,

la limpieza de las latas se la realiza para retirar residuos de aceite para luego ser etiquetadas y encartonadas.

El objetivo principal para toda empresa es alcanzar la calidad en sus productos con los cuales puedan satisfacer las necesidades de los consumidores, analizar la calidad con la que se maneja cada departamento de producción, ayudara a mejorar fallas que se producen en el mismo. Brindando resultados favorables que le ayudara a la empresa crecer en el mercado global.

Es importante recalcar que la calidad que cada empresa presenta en su producto final, va a ser distinto, debido que cada uno de ellas maneja el procedimiento de acuerdo a los recursos que posee, a la tecnología que ocupa y sobre todo al manejo y control que se desempeñe en cada departamento.

La satisfacción del cliente se verá refleja en el consumo y preferencia del producto, aunque como antes ya se mencionó cada persona posee necesidades diferentes, por lo que no siempre se va a satisfacer en su totalidad al consumidor, como antes ya se mencionó las empresas si cuentan con departamento de calidad, pero los cambios que se dan en la actualidad en el mercado es un factor negativo que es inevitable enfrentar.

Las organizaciones deben considerar implementar modelos que le permita mejorar la calidad que ya poseen, debido que con nuevos conocimientos sobre temas como ofrecer un mejor servicio y como satisfacer al cliente, podrán de alguna manera competir y obtener la preferencia de muchos consumidores.

CONCLUSIONES:

La calidad de servicio se ha convertido en el factor más importante en todo el ámbito empresarial, los cambios tecnológicos, las nuevas innovaciones y productos sustitutos que existen en el mercado están haciendo que los clientes sean más exigentes y busquen productos que les permite satisfacer sus necesidades

La calidad de servicio de una organización se basa principalmente en el factor humano, es decir, el compromiso que los empleados tenga con el objetivo principal que es la organización, debido que son ellos los que ejecutan cada proceso dentro de la organización, hasta obtener un producto final, por eso es necesario que exista un agradable ambiente laboral y que se sientan que forma parte del éxito de la empresa.

Mediante la observación directa, se pudo verificar que existen controles en cada uno de los departamentos de producción, obtener un producto de calidad es el objetivo de cada empresa, vale recalcar que cada cliente es diferente por ende en muchas ocasiones se hace difícil satisfacer las necesidades a pesar que la empresa utiliza todos los estándares de calidad que posee.

RECOMENDACIONES

Vivimos en un mundo globalizados, donde es inevitable enfrentarnos a productos sustitutos que invaden el mercado de manera agresiva, buscando adueñarse de la preferencia de los consumidores, por eso es recomendable que las empresas analicen constantemente los cambios que se registran, midiendo el grado de competitividad al que se enfrentan y así buscar alternativas que le permitan estar un paso delante de su competencia.

Como se mencionó los empleados también son clave en toda organización, por ende, es necesario motivarlos constantemente, a través de reconocimientos o incentivos económicos, premiando el esfuerzo que a diario realizan en cada uno del proceso que realiza, de igual forma lo más factible es que ellos sientan que forman parte del crecimiento de la organización.

Desarrollar mejoras continuas en cada proceso de producción, para una organización sería de gran ventaja debido que implementarían cambios que ayudarían a ofrecer un producto de mejor calidad, satisfaciendo los gusto y preferencia del consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro Gonzalez, M. I. (2009). satisfaccion del cliente de empresas dedicadas a la produccion de atun y sardinas enlatadas. *revista del centro de investigacion*, 23-33.
- Maria Mercedes Botero, P. P. (2006). calidad en el servicio. *suma psicologica*, 217-228.
- Parasuraman, Z. y. (1998). *Calidad de servicio*. Madrid.
- Rivero. (2007). *Calidad para la satisfacion del cliente* .
- Ruiz. (2001). *Calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. madrid: coleccion marketing estrategico.
- Uribe. (2013). *calidad de servicio* .
- Vallejo, S. Y. (2016). Fiagmento de la calidad de servicio. *industria data*, 13-20.
- Vargas Martha, A. L. (2014). *Calidad y Servicio*. Bogota: ecoe ediciones.

ANEXOS

MATERIA PRIMA

Anexo #1



Fuente: Sheyla Villón (Año 2020)

Anexo #2



Fuente: CEIPA (Año 2020)

ANEXO # 3 LIMPIEZA DE LATA



Fuente Sheyla Villón (Año 2020)

ANEXO # 4 PRODUCTO TERMINADO

