



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

TEMA:

**ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y COMPETITIVIDAD PARA LOS
EMPREDIMIENTOS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021**

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

AUTORA:

Mariuxi Nayeli Reyes Flores

LA LIBERTAD – ECUADOR

SEPTIEMBRE - 2022



**ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y COMPETITIVIDAD PARA LOS
EMPRESARIOS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021.**

AUTORA:

Reyes Flores Mariuxi Nayeli

TUTORA:

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.

RESUMEN

Una estrategia de servicio es un arma competitiva, es algo particular que eligen los negocios para diferenciarse entre su competencia. La elaboración de este trabajo de investigación tiene como objetivo proponer estrategias de servicio que contribuyan con la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, año 2021, por lo que en su parte inicial se realiza un diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos. Por consiguiente, la metodología desarrollada, está direccionada a un estudio descriptivo, basado en los métodos inductivo y deductivo, para su efecto se establecieron instrumentos de recolección de datos como la entrevista a los propietarios, encuesta a los colaboradores, sondeo de opinión a los clientes y la respectiva observación en el lugar de los hechos, con la finalidad de profundizar en la problemática. Los resultados de la investigación reflejan las necesidades y requerimientos de los emprendimientos.

Palabras claves: Estrategias, servicio, competitividad, diferenciación.



**STRATEGIES OF SERVICE AND COMPETITIVENESS FOR THE
ENTREPRENEURS HISPS OF THE SAN JOSÉ DE ANCÓN PARISH,
PROVINCE OF SANTA ELENA. YEAR 2021.**

AUTHOR:

Reyes Flores Mariuxi Nayeli

TUTORA:

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.

ABSTRAC

A service strategy is a competitive weapon, it is something particular that businesses choose to differentiate themselves from their competition. The development of this research work aims to propose service strategies that contribute to the competitiveness of the ventures of the San José de Ancón parish, year 2021, so that in its initial part a diagnosis of the current situation of the ventures. Therefore, the methodology developed is aimed at a descriptive study, based on inductive and deductive methods, for its purpose data collection instruments were established such as interviews with owners, surveys of employees, opinion polls of customers. and the respective observation at the scene of the events, in order to delve into the problem. The results of the research reflect the needs and requirements of the enterprises.

Keywords: Strategies, service, competitive, differentiation.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y COMPETITIVIDAD PARA LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROSVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021. “, elaborado por la Srta. Mariuxi Nayeli Reyes Flores de la Carrera de Administración de Empresa, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título del título de Licenciada En Administración De Empresa, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



**Ing. Núñez Guale Linda; MBA.
PROFESORA TUTORA**

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación con el título de **“ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y COMPETITIVIDAD PARA LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2021”**, 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, Mariuxi Nayeli Reyes Flores, con cédula de identidad número 2450920414 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.


REYES FLORES MARIUXI NAYELI

C.C. No.: 245092041-4

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarme la fortaleza necesaria en cada paso y de esta forma superar los obstáculos que se presentaron a lo largo de la carrera.

A mis padres y hermanos por el apoyo brindado durante el proceso de formación profesional, por el sacrificio y comprensión que me han proporcionado en cada una de las decisiones que he tomado, por aconsejarme y ser mi fuerza constante en el trayecto de mi carrera y mi vida.

A los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por el conocimiento brindado en el proceso académico.

Mariuxi Reyes Flores.

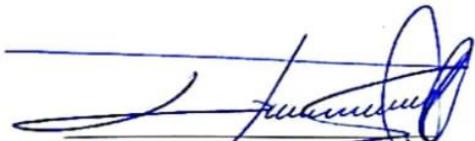
DEDICATORIA

A mis padres, principalmente a mi mamá por ser el pilar fundamental de mi vida y demostrarme siempre ese amor, cariño y apoyo incondicional en toda mi carrera profesional, a mi papá que, aunque no se encuentra físicamente en mi vida, siempre está presente y sé que me está guiando de donde se encuentra.

A mis hermanos, por estar presente en cada instancia de mi vida, brindándome ese cariño y ese ánimo de superación.

Mariuxi Reyes Flores.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



**Lic. José X. Tomalá Uribe, Msc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACION DE EMPRESA**



**Eco. Roxana Alvarez Acosta, MSc.
PROFESORA ESPECIALISTA**



**Ing. Linda Núñez Guate, MBA.
PROFESORA TUTORA**



**Ing. Sabina Villón Perero,
PROFESORA GUIA DE LA UIC**

Sandra Saltos B.
**Lcda. Sandra Saltos Burgos
SECRETARIA**

Índice

INTRODUCCIÓN	1
Variable independiente.....	5
Variable dependiente.....	5
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.2. Bases teóricas	8
1.2.1. Estrategias de Servicio: Variable Independiente.....	8
1.2.2. Estrategias	8
1.2.2.1. Servicio	9
1.2.2.2. Capacitación	11
1.2.2.3. Motivación	11
1.2.2.4. Satisfacción al cliente	13
1.2.2.5. Atención al cliente.....	14
1.2.3. Competitividad: Variable Dependiente.....	14
1.2.3.1. Competitividad	14
1.2.3.2. Ventaja Competitiva.....	15
1.2.3.3. Calidad	16
1.2.3.4. Diferenciación	17
1.2.3.5. Precio	18
1.3. Fundamentación.....	18
1.3.1. Fundamentos sociales.....	18
1.3.2. Fundamentos Filosóficos.....	19
1.3.3. Fundamentos legales	19
CAPÍTULO II.....	22
2. METODOLOGÍA	22
2.1. Enfoque de investigación	22
2.2. Tipo de investigación	23
2.2.1. Investigación Descriptiva	23
2.2.2. Investigación Bibliográfica o Documental	23
2.3. Métodos de la investigación	24
2.3.1. Método Deductivo.....	24

2.3.2.	Método Inductivo	24
2.4.	Diseño del Muestreo	25
2.4.1.	Población general	25
2.5.	Técnicas de investigación.....	27
2.5.1.	Entrevista	27
2.5.2.	Encuesta	27
2.5.3.	Ficha de observación	28
CAPÍTULO III.....		29
3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
3.1.	Análisis de datos.....	29
	Sondeo de opinión aplicado a clientes de los emprendimientos de San José de Ancón de la provincia de Santa Elena.....	29
	Encuesta aplicada a los colaboradores de los emprendimientos de San José de Ancón.....	39
	Entrevista aplicada a los emprendedores	48
	Ficha de Observación aplicada a los emprendimientos.....	48
3.3.	Propuesta.....	51
	Conclusiones	60
	Recomendaciones	61
	Referencias	62
	Apéndice	65
	Apéndice A. Formato ficha de observación.....	65
	Apéndice B. Formato sondeo de opinión.....	66
	Apéndice C. Formato de entrevista.....	68
	Apéndice D. Formato de encuesta	69
	Apéndice E. Certificado de validación de instrumentos del trabajo de investigación – Ing. Sabina Villón Perero, Mgs	71
	Apéndice F. Matriz de Consistencia	72
	Apéndice G. Matriz de operacionalización.....	73
	Apéndice H. Cronograma de actividades.....	74
	Apéndice I. Certificado antiplagio.....	75
	Apéndice J. Fotografía	76

INTRODUCCIÓN

El mundo de hoy nos presenta nuevos emprendimientos a cada instante, hace que cada día sea altamente competitivo y no basta con tener las mejores tecnologías, maquinarias, infraestructuras; también es fundamental conocer lo moderno que oferta el mercado, si bien es cierto, en el Ecuador, existen diferentes emprendimientos que buscan un desarrollo económico sustentable con el fin de competir en un mercado y que los resultados se reflejen en la satisfacción de sus clientes.

Una estrategia de servicio es un arma competitiva, una forma particular que elige una organización para diferenciarse de sus competidores y tener éxito. Los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón implementan pocas estrategias de servicios que permitan fortalecer la competitividad, por esta razón, los colaboradores brindan servicios a sus clientes en base a la experiencia lo que hace que estos no tengan un valor agregado cuando reciben el servicio.

En este contexto, se busca proponer las estrategias de servicio que contribuyan con la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón. (Porter, 2018) En su libro “Estrategia Competitiva” menciona que toda organización que compite en el mercado debe tener una estrategia competitiva frente a sus competidores, la cual puede ser explícita o implícita; explícitamente a través del proceso de planeación o implícitamente a través de las actividades que realiza cada sector. Estos deben centrarse en el mercado o en el entorno, y la lógica de Porter es que la elección de la estrategia se da en función de lo que nos muestra el entorno.

Dentro de los emprendimientos existen planes estratégicos para el logro de objetivos y metas a ejercer, estas pueden ser a corto, mediado o a largo plazo, según como funcione cada emprendimiento, es decir en base a la cantidad de planes o actividades que debe ejecutar cada uno de ellos.

Si bien es cierto, el emprendimiento contribuye al desarrollo de un país, debido a que persigue fines económicos con base a la innovación, asumiendo un riesgo como cualquier actividad, provoca aumento de negocios y a su vez despierta la competitividad

Los emprendimientos de la parroquia presentan problemas debido al aumento de tecnología donde es de vital importancia, proponer estrategias de servicios que ayuden a contribuir en la competitividad y que le garantice un buen manejo de recursos como crecimiento económico de cada tipo de emprendimiento, tomando en consideración y no olvidando la calidad en cuanto a la atención y el buen servicio o producto que cada una de ellas ofrezca, aplicando estrategias de servicios que contribuyan a su cumplimiento, por lo cual se considera a los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón para el presente trabajo de investigación.

Para sintetizar de manera clara el *planteamiento del problema* en el mundo empresarial los emprendimientos optan y se centran por obtener mucha demanda en sus ingresos, entre ellos ser más competitivos, analizando estudios de mercados, conocer los aspectos internos y externos, expectativas y deseos del cliente, de tal manera que la calidad que ofrezca cada uno de ellos sea buena, siendo esta una opción única ya que es un hilo complejo que las empresas deben lograr cuando se ofrece un

servicio, esto se logra implementando y conociendo medios o estrategias que ayuden al surgimiento de la misma, generando a su vez que los negocios o emprendimientos tengan muy buena acogida.

En la actualidad, tomando en consideración nuestro campo existe competitividad, aplicando estrategias que permitan vincular lazos de fortalecimiento de la idea del negocio que en general continuamente investigan algo innovador y diferente, acorde a cada emprendimiento.

Los emprendimientos a nivel mundial buscan la mejora continua debido a los cambios que se viven gracias a la tecnología, de igual forma hace que cada día en la parroquia aumente el número de negocios, incrementando el número de competidores, esta situación conlleva a que los emprendimientos de la parroquia busquen formas de diferenciar servicios que ofertan, las estrategias son parte de este enfoque que se está adoptando para sobrevivir a los cambios. Este análisis ayudará a proponer estrategias de servicio y competitividad para mejorar cada emprendimiento.

La **formulación del problema** se plantea mediante la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las estrategias de servicio que contribuyen con la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón? en tal sentido, se formulan preguntas que se deben responder en el transcurso de la investigación las interrogantes de la **sistematización del problema** se detallan a continuación: a) ¿Cuál es la situación actual, respecto a las estrategias de servicio y competitividad mediante el estudio de la percepción de clientes y colaboradores de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón?, b) ¿Cuáles son las estrategias de servicios que

contribuyen en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón?.

Considerando la temática de investigación, el **objetivo general** del presente trabajo es: Proponer las estrategias de servicio que contribuyan con la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, siendo sus **objetivos específicos**: a) Fundamentar las bases teóricas referentes a las estrategias de servicio y la competitividad mediante la búsqueda de información bibliográfica y documental.; b) Definir las estrategias de servicios mediante el estudio de la percepción de clientes y colaboradores de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.; c) Diseñar las estrategias de servicio que fortalezcan en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.

La **justificación teórica** del presente trabajo investigativo está enfocada en una propuesta de estudio que direcciona a mejorar la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón por medio de estrategias de servicios utilizando material bibliográfico de varios escritores que tenga coherencia con el tema que se está analizando.

Cabe mencionar que los aportes significativos relacionados a las estrategias de servicio, proporciona Humberto Serna Gómez, mientras que Michael Porter contribuye teóricamente sobre la competitividad en las organizaciones, de tal forma que, el investigador pueda tener perspectiva sobre el tema realizado.

Con relación a la **justificación metodológica**, este trabajo investigativo se realizó con un enfoque investigativo de tipo, descriptiva y bibliográfica, a través de

los cuales se pueden decretar los factores que causan la problemática y los efectos que se producen, asimismo se aplicó el método deductivo e inductivo permitiendo analizar las variables en estudio.

Con el fin de obtener información veraz y pertinente, se aplicaron técnicas de recolección de datos a través de entrevistas y encuestas, dirigidas a propietarios y habitantes de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, donde las preguntas claves permitan obtener resultados acordes a las estrategias de servicios y competitividad que deben implementar los emprendimientos de la parroquia.

Idea a defender: Las estrategias de servicios permitirán contribuir en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.

Variable independiente: Estrategias de servicios.

Variable dependiente: Competitividad.

La estructura del estudio incluye la introducción, planteamiento y formulación del problema, objetivo general, objetivos específicos, idea a defender de la investigación, las variables en estudio.

Para el desarrollo del siguiente trabajo de investigación se consideran III capítulos a continuación:

Capítulo I: Este capítulo contiene el marco teórico de la investigación; y dentro de él se encuentra el desarrollo de las teorías y conceptos sobre los emprendimientos. **Capítulo II:** Este capítulo contiene los resultados, materiales y

métodos para la recolección de datos dentro de la investigación, especificando los tipos de investigación, métodos de investigación, diseño de muestreo y el diseño de recolección de datos. **Capítulo III:** En este capítulo se relatan los resultados y discusión de las herramientas de recolección de datos utilizadas y dentro de él están inmersos los análisis de datos, las limitaciones, la propuesta y los resultados obtenidos de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Dentro de los antecedentes de investigación los emprendedores de la parroquia San José de Ancón, se dedican a diversos emprendimientos ofreciendo toda clase de servicio o bienes. Cada uno de ellos decidieron emprender por muchos factores como crecer y trabajar, buscando de esta manera la superación, mejorando sus condiciones de vida, y brindando un servicio de primera a la parroquia.

Las estrategias de servicio persiguen el objetivo de diseñar herramientas necesarias para contribuir en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, se necesita tener conocimientos sobre el tema actual de la investigación con el fin de sustentar dicho argumento. Se consideran los siguientes antecedentes investigativos:

El trabajo investigativo de Jiménez (2015) titulado “Estrategia de Competitividad y Emprendimiento, una Revisión de la Literatura”, cuyo objetivo es analizar las estrategias y la competitividad, pues estos se han convertido en instrumentos necesarios, la metodología con la que se contó fue descriptiva y estuvo dirigida a la revisión de antecedentes que contaran con las variables analizadas en dicha investigación. También, se concluyó que existe un impacto significativo entre el emprendimiento y el desarrollo de la economía en la que la participación solidaria complementa las actividades realizadas.

La investigación de Romero (2020) llamada “Estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de Moquegua”, fue realizado en la Unidad Católica de Santa María, con el **objetivo** de determinar las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento. **Problema:** la personalidad competitiva necesita, al menos, de otra persona con la cual establecer competitividad, para muchos la palabra competencia significa avance, superación y alcanzar metas. Los emprendedores son personas que intentan cambiarse a sí mismos, transformar ideas innovadoras e introducir nuevos conceptos en productos que se puedan desarrollar en los mercados, por lo que deben realizar búsquedas, difundir el espíritu empresarial en el entorno en el que se encuentran con la capacidad de liderar, priorizar tareas y mejorar la eficiencia. **Instrumentos de recolección:** observación, entrevista y encuesta. En la cual Andrade & Escalante (2019) mencionan “El éxito competitivo para las empresas de hoy va más allá de atraer y captar clientes, se enfocan en retener a los clientes por más tiempo, generando satisfacción y lealtad entre los clientes para maximizar la rentabilidad de la organización.”

1.2. Bases teóricas.

1.2.1. Estrategias de Servicio: Variable Independiente.

1.2.2. Estrategias.

Molina Rios & Lay Raby (2021) en su artículo dan a conocer que, las estrategias generan alternativas administrativas y operativas a las redes empresariales, stakeholders y clústers, mejorando su capacidad para direccionar y administrar sus procesos, generando a su vez nuevas destrezas para impactar al mercado, dando origen a cualidades diferenciadoras que los hagan competitivos.

Empleando las palabras de los autores Rodriguez Gonzalez & Tagle Zamora (2020) en el panorama empresarial competitivo contemporáneo las pequeñas empresas en crecimiento con tecnología inteligente de vanguardia pueden crear y mantener estrategias competitivas y preparar el escenario para el crecimiento a largo plazo y el liderazgo del mercado, las estrategias para sobrevivir a la nueva normalidad impuesta por el Covid-19 y la competencia global incluyen una adopción de tecnologías avanzadas.

De acuerdo con los autores se puede deducir que las estrategias son una serie de acciones que contribuyen al logro de objetivos de toda organización, por lo que es muy importante que los emprendimientos estén actualizados acorde avanza la tecnología, por tal motivo, los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón deben implementar estrategias que le permitan brindar un servicio de calidad por parte de los colaboradores hacia sus clientes.

1.2.2.1. Servicio.

La palabra servicio se refiere a un conjunto de actividades brindadas por un experto con el fin de ayudar a la persona que lo solicite, por ende, es de gran importancia que los emprendimientos que brindan algún tipo de servicio cuenten con personas capacitadas con el fin de mantener satisfechos a sus clientes; en el caso de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón es fundamental conocer las necesidades del cliente y buscar superar sus expectativas sobre el servicio.

Desde el punto de vista de los autores Becerra Godinez, Serralde Coloapa, & Ramirez Arellano (2022) en su artículo científico, revelan que la creación de empleo y el emprendimiento conducen a una alta competitividad, lo que lleva a la búsqueda de estrategias para mejorar la calidad de los servicios que brindan, con el objetivo de retener y atraer clientes.

Por ello una de las características que debe tener presente un personal competente y con experiencia son los intereses del cliente y la apariencia del local, debido a que, el arreglar el espacio del local es diferente para cada concepto de negocio, pero siempre se tendrá como objetivo atraer clientes, darles comodidad y aumentar las posibilidades de que regresen, estas características son elementos claves para que las pymes generen mayor satisfacción en sus clientes.

Así, las estrategias de servicios son aquellas que ayudan a las organizaciones a mejorar sus actividades laborales en el entorno y, a su vez a tener un mejor desenvolvimiento, por lo cual resulta necesario realizar un análisis amplio acerca de qué estrategia es la adecuada para los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, para que sea aplicada y le permita alcanzar un nivel de competitividad dentro del entorno peninsular.

También es necesario argumentar las dimensiones que se encuentran inmersas en esta variable de estudio como son las estrategias de servicios debido a que están directamente relacionadas a la orientación y la atención que se le otorga al cliente. Si bien es cierto, los clientes son quienes demandan los bienes y servicios que ofrece una organización, es decir, son ellos quienes establecen una relación directa con la compañía de acuerdo con sus necesidades.

1.2.2.2. Capacitación

Alburqueque Rojas & Bustillos Gutierrez (2021) Manifiestan con respecto a la capacitación del personal y la productividad laboral, debido a la rivalidad en el mundo de los negocios de la economía basada en competencias, la mejora de ambos aspectos es importante, ya que permite que las empresas sean capaces de sobrevivir en cualquier entorno empresarial.

En relación con la capacitación del personal es un proceso planificado para desarrollar la actitud, los conocimientos y las habilidades a través de la experiencia del aprendizaje, resumiendo el estudio; la capacitación personal mejora el nivel de calidad de servicio y satisfacción del cliente, por ser un mecanismo que favorece al cumplimiento del objetivo.

Por otro lado, la capacitación es una actividad educativa que contribuye al desarrollo de las capacidades humanas, es un proceso simple cuando es utilizado como medio para proveer conocimientos, es decir, se toma positivamente cuando es parte de un sistema integral de formación para generar cambios en las personas.

En los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón se debe considerar la capacitación de sus colaboradores como una inversión.

1.2.2.3. Motivación

La motivación dentro de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón ayudará a que los colaboradores se sientan comprometidos con las actividades encomendadas por parte de la administración, lo que hace que los clientes internos se esfuercen un poco más por brindar un buen servicio de calidad con la finalidad de obtener alguna recompensa o beneficio a su favor.

Quevedo Abad (2022) expresa que el proceso que genera el compromiso y que influye en el desempeño laboral, es la motivación. De esta manera, es factible medir las diferencias entre los desempeños logrados, ya sean sobresalientes o deficientes buscando en la motivación de cada una de las personas.

Cuando una persona que se encuentra satisfecha y aprecia el trabajo que realiza, lo transmitirá y lo disfrutará, pensar en cuáles serían las acciones que se deberían de hacer para lograr un estímulo positivo en los empleados con la finalidad de demostrar un mejor desempeño laboral.

Además, la motivación está representada como una serie de fuerzas que impulsan al ser humano, involucrando sus necesidades, los deseos que pueda tener y las expectativas que busca satisfacer, es decir, es el ser humano quien le da sentido a los estímulos sobre las metas que quiere conseguir, siendo persistente en la búsqueda de la satisfacción de sus necesidades.

Revisando información de Bogotá y de acuerdo con Valderrama Santibañez, Neme Castillo, & Garcia Meza (2019), la innovación es considerada una ventaja competitiva siempre y cuando se de a partir de colaboradores capacitados, que se sientan motivados y que cuenten con las habilidades necesarias y sobre todo con buenas actitudes para el desempeño sobresaliente en el trabajo.

Es así que para determinar de qué se trata la motivación laboral, hay que tomar en cuenta las consideraciones que permitan ayudar y ejercer de manera satisfactoria la enseñanza estando en un ambiente laboral adecuado.

1.2.2.4. Satisfacción al cliente.

Iman Cubas (2019), describe a la satisfacción del cliente como una reacción positiva o negativa por parte del cliente, al valor percibido de un producto específico en un lugar de compra específico. Dicha percepción puede describirse como una reacción inmediata después de la compra o como también la acumulación de experiencias en general cuando compras un producto o un servicio. Es decir, la satisfacción del cliente se genera cuando los clientes comparan su experiencia actual en el uso de un producto o servicio con sus expectativas, si la experiencia actual supera a las expectativas, el resultado genera un grado particularmente alto de satisfacción para los clientes.

La satisfacción de los clientes de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón permitirá alcanzar el éxito deseado, debido a que un cliente satisfecho se vuelve fiel y éste recomendará el servicio a sus conocidos, es decir, que de esta manera el nivel de cliente aumentará, la satisfacción se enfoca desde los involucrados internos hasta el usuario final.

Por otro lado Norma Tomalá (2019) argumenta que la satisfacción se trata de la conformidad que tiene el cliente con el servicio que adquiere, siempre y cuando éste cumpla con aquello que promete, satisfaga sus necesidades, que sea ciertamente eficaz, es aquel cumplimiento de los parámetros a la hora de entregar cualquier prestación que responda a las necesidades del mercado.

1.2.2.5. Atención al cliente.

Arenal Laza (2018), en su libro “Gestión de la atención al cliente/consumidor”, da a conocer que el servicio de atención al cliente es el área de la empresa responsable de conectar con el mercado, es decir, proporcionarle el bien o servicio en las condiciones pactadas.

La atención que deben brindar los clientes internos de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón debe ser de calidad desde el momento que el usuario solicita el servicio en contestar y resolver todas sus inquietudes.

Además, la orientación al cliente permite que el equipo humano de las organizaciones los asesore de manera eficaz, en aspectos como la empatía que se refiere netamente en aquella habilidad de entender y comprender las perspectivas de los clientes de acuerdo a sus opiniones y sugerencias, lo cual le da un valor en el intercambio de ideas para mejorar procesos, pero esta a su vez debe ser impulsada a través de la motivación que el jefe le dé a sus subordinados, puesto que son ellos quienes realizan las diferentes actividades que requiere la empresa.

1.2.3. Competitividad: Variable Dependiente.

1.2.3.1. Competitividad.

Lopez Padilla, Rodriguez Alegre, & Trujillo Valdiviezo (2021), hacen referencia que la palabra clave asociada con la competitividad es la productividad, es un tema relevante en el desarrollo económico y en el bienestar social de los países, también intervienen ciertas teorías clásicas de la ventaja absoluta, la ventaja comparativa y la ventaja competitiva de las naciones.

La competitividad empresarial se basa a factores relacionados con la

organización, donde interviene la toma de decisiones y su ejecución, como la gestión, la innovación, la producción y el recurso humano; es decir, la competitividad en una empresa está asociada con conceptos como la calidad, diferenciación y precios.

Las empresas logran ser competitivas en el mercado mediante la implementación de herramientas o estrategias que permitan mejorar la gestión administrativa, de esta forma obtener la eficiencia en el servicio que brinda a sus clientes, otorgando un valor adicional que la competencia, por tal motivo los emprendimientos de la parroquia buscan incrementar beneficios otorgados a sus clientes a diferencia de su competencia.

Por otro lado, se destacan las dimensiones que están inmersas en esta variable como es la ventaja competitiva que es aquella característica diferente que posee un negocio sobre sus competidores.

1.2.3.2. Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva es una capacidad o característica que una empresa o negocio tiene respecto a otros competidores, lo que hace diferente y que permite atraer más consumidores para mejorar la competitividad, es decir, mediante este factor clave se evalúan ciertos aspectos; por tanto, es necesario conocer cuál es el estado de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, para así hacer uso de las estrategias adecuadas que se necesiten con respecto a sus actividades lo cual garantiza un servicio de calidad dentro del entorno otorgando así un valor adicional que la competencia no tiene, buscando la diferenciación frente a sus competidores.

Casanova Cesar, Herrera Giovanni & Preciado Félix (2022), dan a conocer que para analizar las fuentes de la ventaja competitiva de un emprendimiento es necesario examinar todas las actividades que desempeña y cómo interactúan entre sí, es decir, bajo este contexto se presenta a la cadena de valor como la herramienta básica para realizar dicho examen.

La cadena de valor desagrega las actividades estratégicas relevantes de una empresa y le permite comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existente y potencial, al mismo tiempo una empresa obtiene la ventaja competitiva, desempeñando estas actividades estratégicamente importantes más baratas o mejor que sus competidores.

1.2.3.3. Calidad.

Jejen Florez (2021), menciona que, desde cualquier punto de vista, la calidad beneficiará y ayudará a reducir costes innecesarios actuales y futuros. Debido a que la base de buenos servicios y productos se conservará con el tiempo, además, la buena impresión y satisfacción que se deja en los clientes traerá más beneficios a los negocios, como valorar mucho a los emprendimientos y recomendar a amigos y conocidos, lo que atraerá a más clientes.

Si bien es cierto la calidad y el servicio al cliente tienen mucha repercusión hoy en día en los emprendimientos, sean grandes medianos o pequeños, porque, básicamente, esto se ha convertido en un requisito para que estos ganen gran parte del mercado y tengan una buena posición. Es decir, si carecen de esto están destinadas a que la competencia siempre vaya más adelantada, y al final, terminen por desaparecer, ya que se está atravesando por grandes cambios que prometen volver a las personas cada día más exigentes.

Como plantea el autor Izquiero Espinoza (2021) en su artículo “La Calidad de Servicio en la Administración Pública”, la calidad de servicio se construye en la mente de los usuarios, los consumidores y se basa en el conocimiento de las necesidades de los clientes y en exceder las expectativas o esperanzas que tienen los usuarios. Es decir, que la calidad tiene una relación directa con la satisfacción del cliente.

La satisfacción del cliente está unida a la calidad de servicio, no puede existir un estado de satisfacción de cliente, sin primero éste no haya estado expuesto a un servicio de calidad.

Si bien es cierto, la calidad está definida como una característica inherente de algún producto o servicio logrando satisfacer las necesidades del consumidor, los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón buscan implementar la calidad en todos los procesos de tal forma que sus clientes reciban un servicio eficiente y eficaz.

1.2.3.4. Diferenciación

Desde el punto de vista de Andres Garcia (2022) “Buscar garantizar la diferenciación competitiva sin depender ni esperar a que nos digan lo que tenemos que hacer” consiste en diferenciar el producto o servicio que ofrece el negocio, es decir, en crear algo que sea percibido en el mercado como único. Los métodos para conseguir la diferenciación pueden tomar muchas formas: diseño, tecnología, cadena de distribución, servicio y atención al cliente.

Puesto que las compañías buscan establecer su propia identidad con el fin de lograr diferenciarse de sus competidores, por tal razón los emprendimientos de la parroquia deben implementar cambios que fortalezcan su imagen, un servicio

único, novedoso y que este sea el motivo de su preferencia.

1.2.3.5. Precio.

Los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón deben considerar que el precio es un factor importante al momento de brindar el servicio, debido a que los clientes tienden a comparar esta variable con la competencia y optan por solicitar el servicio con el menor precio. Si bien es cierto, los precios de los productos que se ofrecen en el mercado se fijan libremente, a través de la competencia entre las empresas.

(Ayensa, 2017), en el libro “Operaciones administrativas de compraventa”, menciona que: “Se denomina precio al importe asignado por la obtención de bienes o servicios”. Es decir, el precio es una de las variables que más influyen en la decisión final del consumidor, sobre todo cuando compra un producto con uno de su competencia que presenta las mismas características y la diferencia en términos económicos sea muy significativa.

1.3. Fundamentación.

1.3.1. Fundamentos sociales.

Dentro del ámbito social en los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, estos pequeños negocios van de la mano con el requerimiento del servicio que brindan a los clientes, es decir, tanto los clientes necesitan de sus servicios, como el negocio necesita de sus clientes para establecer una relación continua, que a su vez fortalezca la fidelización de los usuarios por medio de las estrategias de servicio contribuyendo en la competitividad, dándose a conocer aún más y posicionándose fuertemente dentro del mercado, brindando un servicio responsable a toda la sociedad

y que este a su vez cumpla con todas las necesidades del cliente, resolviendo sus problemas y cumpliendo todas sus expectativas.

1.3.2. Fundamentos Filosóficos.

Como fundamento filosófico relacionado a la variable estrategias de servicio, se cita los aportes de Humberto Serna Gómez, pues gracias a sus valiosas contribuciones a la ciencia social se establece que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de un emprendimiento. Mientras que, respecto a competitividad siendo la variable dependiente, se recurre a las aportaciones filosóficas de Michael Porter, quien en sus libros hace referencia a la obtención de la ventaja competitiva en las organizaciones, a través de los procesos que se desarrollan internamente y al análisis del entorno de la organización.

1.3.3. Fundamentos legales.

Constitución de la República del Ecuador.

La Asamblea Nacional a través de la Constitución de la República del Ecuador, señala en el artículo 33 relacionado al derecho de un trabajo digno, artículo que, hace referencia al trabajo de investigación.

Art. 33. El Estado garantiza a los trabajadores, respetando su dignidad, un buen vivir, un salario justo y una compensación, y les permite realizar un trabajo saludable y feliz. El derecho al trabajo se considera un deber y una responsabilidad social, un derecho económico y contribuye a la realización personal.

Plan nacional de desarrollo año 2017 al 2021 “Toda una vida”.

En relación con el Consejo Nacional de Planificación (CNP), se extrae:

Objetivo 1 Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todos los individuos

El Estado Ecuatoriano garantiza que las personas tengan iguales condiciones de desarrollo, es decir, que interviene la inclusión económica y social, con la finalidad de combatir la pobreza, a través de la equidad de oportunidades, ya sean: económicas, sociales y culturales. Por otro lado, garantiza a los individuos trabajo digno y debidamente asegurado, mediante la seguridad social.

Intervenciones Emblemáticas para el Eje 3.

2. La calidad y calidez del servicio

El estado debe garantizar los derechos de los ciudadanos a productos y servicios públicos y privados de calidad, eficientes, eficaces y bien tratados, cuyos atributos y características aseguren la realización de sus derechos y las necesidades y expectativas de los ciudadanos.

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) que entró en vigencia en febrero de 2020, tiene por objetivo establecer el marco normativo para incentivar y fomentar el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor, presenta los principales ejes a favor de los empresarios:

- Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, que simplifica el proceso de empezar un negocio formal.
- La creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE), que permitirá centralizar las políticas dirigidas a promover el crecimiento de los nuevos negocios.
- Fondo de cooperación para la promoción de emprendimientos potenciales.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

El tipo de investigación que se aplicó en el presente trabajo fue descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo ya que se aplicaron encuestas y entrevistas los cuales permitieron describir el objeto de estudio, de esta manera se procedió a detallar la información de las estrategias de servicio y competitividad para los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.

2.1. Enfoque de investigación

En la presente investigación se utiliza enfoque cualitativo ya que se ampara en instrumentos que permiten describir el objeto de estudio y obtener información amplia, se pauta por temas explicativos de investigación a través de las encuestas, por lo tanto, mediante la aplicación de esta técnica de recolección de datos directamente a los clientes que tienen los diferentes emprendimientos en la parroquia San José de Ancón obteniendo información relevante que aporta directamente al cumplimiento de los objetivos que persigue el estudio.

En el campo investigativo de forma cualitativa se orientaba a distinguir datos de recolección de ciertos propietarios de emprendimientos de la parroquia San José de Ancón a través de entrevistas, donde se formalizaron interrogantes vinculadas a su local tanto: relación – emprendimiento – cliente.

Además, se utilizó modalidades de investigación para nuestro campo de estudio que se emplearon durante todo el proceso para de esta manera analizar bases fundamentadas de teorías y estudio tales como: investigación de campo y bibliográfica o documental.

Por consiguiente, se permitió medir y estimar ciertas partes del problema de investigación, cuáles son y estimar magnitudes del problema de investigación, es decir, cuáles son las estrategias de servicio que contribuyen con la competitividad de los emprendimientos de la parroquia, en donde se recopiló datos primarios para esta investigación, por otro lado, rescatar y dar una explicación más profunda de tal manera se aplicó una entrevista a los emprendedores de ciertos locales.

2.2. Tipo de investigación

2.2.1. Investigación Descriptiva.

Mediante una investigación descriptiva, se pudo especificar las propiedades importantes que existen entre las variables estrategias de servicio y competitividad en los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón. Ayudó a la descripción de la situación actual de los emprendimientos y de los componentes del fenómeno que constituye el problema, en donde, se procedió a la recopilación de datos mediante la aplicación de encuestas a los habitantes, para posteriormente realizar el análisis cualitativo.

2.2.2. Investigación Bibliográfica o Documental.

Si bien es cierto, la investigación documental se basa en análisis de la información escrita sobre un determinado tema o situación, con la finalidad de establecer relaciones vinculadas en diferentes etapas o estado actual del conocimiento respecto a un tema estudiado.

Por consiguiente, se obtiene información relevante para poder sustentar de una u otra manera, la información teórica está relacionada con las estrategias de

servicio, donde se consiguió comprobar con libros de primera fuente que contenían información necesaria y primordial para el marco teórico a desarrollar, por otro lado, fuentes bibliográficas como revistas, artículos, libros, tesis, entre otras. Siendo así que se basó de varios autores citándolos en forma jerárquica en su hipótesis como medios de relatos para nuestro medio investigativo.

2.3. Métodos de la investigación.

2.3.1. Método Deductivo.

Este método se basa en el planteamiento de ideas generales llegando a conclusiones particulares, la deducción implica cierto grado de incertidumbre y exactitud. Mediante este método, se pudo determinar las causas y efectos del tema investigado, apoyado de trabajos realizados por otros investigadores, los cuales se tomaron como referencia.

En la investigación actual se observan los componentes que están involucrados en los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón y de esta manera deducir de forma empírica sobre las estrategias de servicio y cómo estas contribuyen en la competitividad.

2.3.2. Método Inductivo.

A través de este método se pudo obtener las conclusiones que el trabajo lo amerita, es decir, el análisis de la información que se obtuvo por medio de la aplicación de las encuestas, entrevistas y fichas de observación, obteniendo datos relevantes que permiten tener conclusiones con eficiencia y mantener una perspectiva clara sobre la situación de los emprendimientos y el servicio al cliente que ofrecen en la parroquia San José de Ancón.

2.4. Diseño del Muestreo.

2.4.1. Población general.

La población del presente trabajo de investigación se direcciona a los habitantes de la parroquia, según datos del INEC en el último censo año 2010, los interesados internos en este caso son todos los propietarios y los interesados externos que son los clientes. En los cuales se ven involucrados, 40 emprendimientos – propietarios, 128 colaboradores y 364 clientes. En cuanto a los emprendimientos de acuerdo con los últimos datos del portal web del Servicio de Rentas Internas (SRI) hasta el año 2019, se encontraban suspendidos o en estado pasivo 459 emprendimientos de la parroquia, según la investigación que se realizó con el GAD parroquial junto a Google Maps y visitas de campo en donde se encontraron activos 40 emprendimientos.

Tabla 1
Población de la parroquia San José de Ancón

Población		
Parroquia	Cantidad	Técnica
Propietarios	40	Entrevista
Colaboradores	128	Encuesta
Clientes	364	Sondeo de opinión

Nota: Población de emprendimientos de la parroquia Ancón.

Posterior a los datos establecidos se emplea el muestreo probabilístico, haciendo uso de la aplicación de la técnica de muestro aleatorio simple, para recolectar la respectiva información, se utilizarán técnicas como: encuesta y

entrevista, a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

- **n**= Tamaño de muestra buscado.
- **N**= Tamaño de la Población.
- **Z**= Valor correspondiente al coeficiente de confianza seleccionado, generalmente 95% (Z=1.96).
- **e**= Error máximo admisible, generalmente 5% (e=0.05)
- **p**= Probabilidad de que ocurra el estudio.
- **q**= (1 – p) Probabilidad que no ocurra el estudio

Tabla 2
Detalles para calcular la muestra.

POBLACIÓN		MUESTRA	
Parroquia	Habitantes	Parámetro	Insertar valor
SAN JOSÉ DE ANCÓN	6.877	N	6.877
		P	50,00%
		Q	50,00%
		E	5,00%

Nota: INEC. “Resultados definitivos del último Censo a la Población año 2010”.

Una vez aplicada la fórmula se pudo determinar el tamaño de la muestra, dando como resultado:

Tamaño de muestra “n” = 364 aplicar sondeo.

2.5. Técnicas de investigación.

2.5.1. Entrevista.

En el presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de entrevista a los propietarios de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, debido a que son considerados como los informantes idóneos y tienen la capacidad de responder todas las interrogantes acerca del tema que se está investigando en el campo de estudio.

En lo que respecta al instrumento de recolección de datos está compuesto por 9 preguntas, las cuales fueron formuladas con el fin de conocer la situación actual de los emprendimientos, y al mismo tiempo obtener información que ayude a realizar las estrategias de servicio para los emprendimientos considerando los ideales que tiene el administrador y el enfoque o dirección de la organización.

Por otro lado, las preguntas de la entrevista se realizaron de forma abierta, es decir el entrevistado tiene la libertad de expresar su criterio sobre la interrogante planteada, siempre y cuando los datos obtenidos no se desvinculen del tema tratado. Se debe recalcar que mediante el proceso de la entrevista pueden surgir más interrogantes por parte del investigador, por tal motivo este instrumento no tiene tiempo límite.

2.5.2. Encuesta

La encuesta se realizó con el fin de conocer la opinión de los clientes o habitantes acerca de las estrategias de servicio que debe implementar la compañía y cómo éstas permitirán contribuir en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, se considera idóneo que el encuestado llene el formulario que contiene 9 preguntas. Además, para facilitar la respuesta el

instrumento se conforma con preguntas cerradas. De la misma manera se planteó un cuestionario de 9 interrogantes dirigido a los trabajadores de los diferentes emprendimientos para obtener sus puntos de vista sobre el servicio al cliente que se brindan en los negocios.

2.5.3. Ficha de observación

Para recabar la información que complementa al problema de estudio se procedió a realizar y aplicar una ficha de observación con 7 aspectos fundamentales dirigidos a los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, con la finalidad de establecer nuevas estrategias que impulsen la calidad del servicio brindado y la competitividad que tienen en el mercado.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de datos

Sondeo de opinión aplicado a clientes de los emprendimientos de San José de Ancón de la provincia de Santa Elena.

Los resultados obtenidos por medio de la aplicación de sondeo de opinión a los clientes de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón de la provincia de Santa Elena, periodo 2021, permitió la obtención de información fidedigna acerca de la perspectiva del cliente respecto al servicio brindado por los emprendimientos con la finalidad de establecer estrategias que impulsen su calidad y competitividad. Entre estas interrogantes aplicadas a los 364 encuestados se tiene la siguiente información:

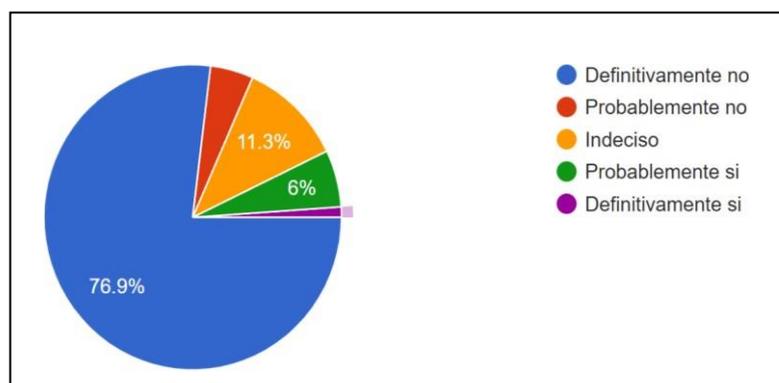
1. ¿Son suficientes los emprendimientos establecidos en la parroquia de San José de Ancón?

Tabla 3
Suficiencia de emprendimientos

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	280	76,90%
Probablemente no	17	4,70%
Indeciso	41	11,30%
Probablemente sí	22	6,00%
Definitivamente sí	4	1,10%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

Figura 1. Suficiencia de emprendimientos



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

En base a la información recabada, existe una insuficiencia de emprendimientos en San José de Ancón de la provincia de Santa Elena, los negocios que actualmente existen en esta localidad no son suficientes o no tienen los productos suficientes para satisfacer las necesidades que tienen los habitantes del mismo sector.

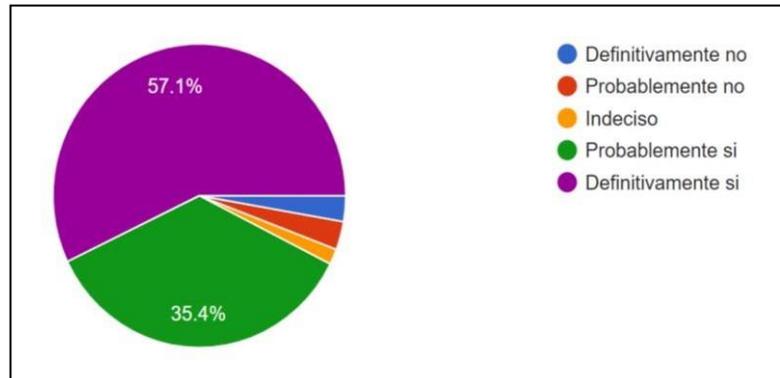
2. ¿Cree usted que el servicio es la mejor estrategia que pueden aplicar los emprendimientos de la parroquia para fidelizar a los clientes?

Tabla 4
Servicio como estrategia de fidelización

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	10	2,70%
Probablemente no	11	3,00%
Indeciso	6	1,60%
Probablemente sí	129	35,40%
Definitivamente sí	208	57,10%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 2. Servicio como estrategia de fidelización



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

El servicio que brindan estos emprendimientos ha sido de manera eficiente, siendo un factor estratégico para mantener a los clientes fieles al negocio, de la misma manera se garantiza un incremento de los ingresos por medio de la transferencia de bienes.

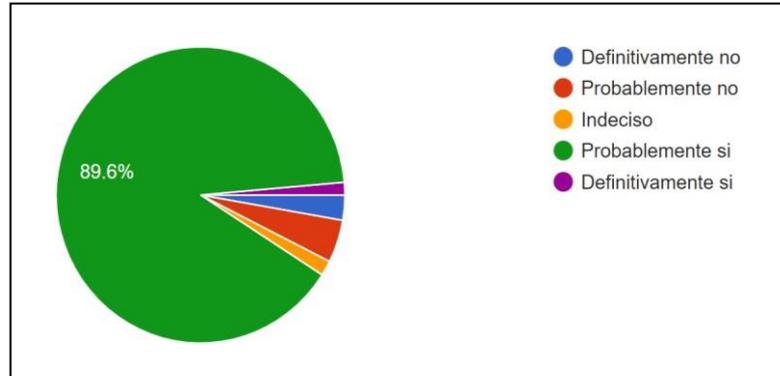
3. ¿Considera que los precios son los adecuados por el servicio brindado?

Tabla 5
Precios adecuados al servicio

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	10	2,70%
Probablemente no	17	4,70%
Indeciso	6	1,60%
Probablemente sí	326	89,60%
Definitivamente sí	5	1,40%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 3. Precios adecuados al servicio



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

El presente gráfico muestra la relación que existe entre el precio con la calidad de servicio brindado por estos emprendimientos, siendo este un factor relevante en el transcurso de transferencia de bienes; concluyendo que el precio del producto se compensa con la calidad del servicio que reciben los clientes al momento de realizar una compra.

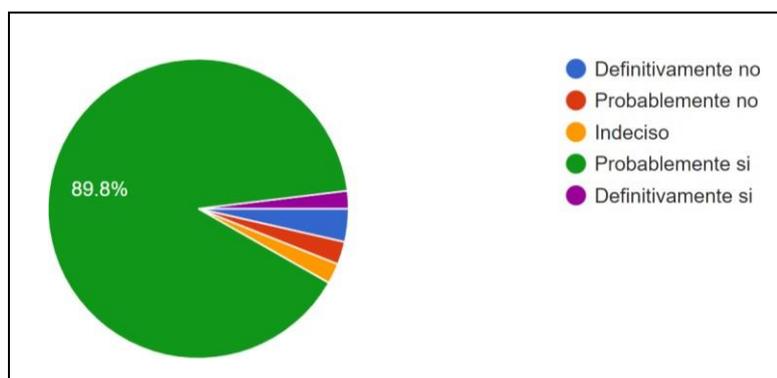
4. ¿Considera que los emprendimientos de la parroquia brindan un servicio de calidad?

Tabla 6
Servicio de calidad

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	13	3,60%
Probablemente no	9	2,50%
Indeciso	8	2,20%
Probablemente sí	327	89,80%
Definitivamente sí	7	1,90%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

Figura 4. Servicio de calidad



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

La calidad en el servicio brindado por parte de los emprendimientos en San José de Ancón ha sido la adecuada, los clientes que visitan los negocios quedan satisfechos con la atención que les brindan y la información de los productos que necesiten.

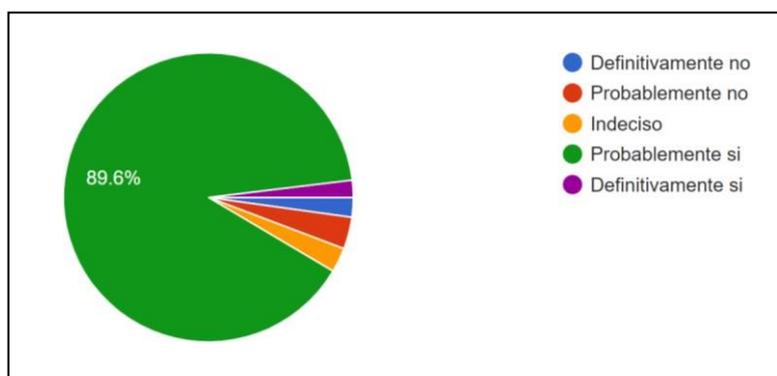
5. ¿Considera eficiente el proceso que realizan los emprendimientos al momento de brindar sus servicios?

Tabla 7
Eficiencia en el proceso de brindar servicio

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	8	2,20%
Probablemente no	13	3,60%
Indeciso	10	2,70%
Probablemente sí	326	89,60%
Definitivamente sí	7	1,90%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 5. Eficiencia en el proceso de brindar servicio



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

Con respecto a la eficiencia en el proceso que tienen los emprendedores de San José de Ancón al momento de brindar sus servicios, este es considerado eficiente, debido a la información que se brinda al cliente y el trato que ellos reciben, siendo un factor indispensable de fidelización para la empresa.

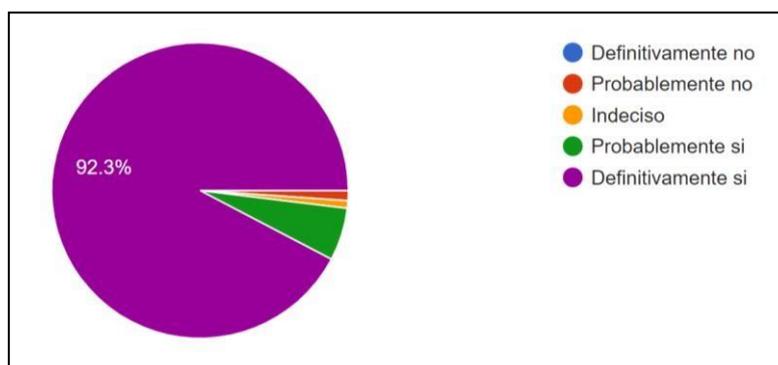
6. ¿Considera importante el uso de redes sociales para solicitar el servicio de forma rápida?

Tabla 8
Uso de redes sociales

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	0	0,00%
Probablemente no	4	1,10%
Indeciso	3	0,80%
Probablemente sí	21	5,80%
Definitivamente sí	336	92,30%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 6. Uso de redes sociales



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

El uso de las redes sociales por parte de los clientes sería la mejor alternativa como estrategia para los emprendedores de la localidad de Ancón, de esta manera los clientes solicitan el servicio de manera rápida, significando una eficiente estrategia para incrementar las ganancias a través de las ventas que se obtendrían por medio de las redes sociales.

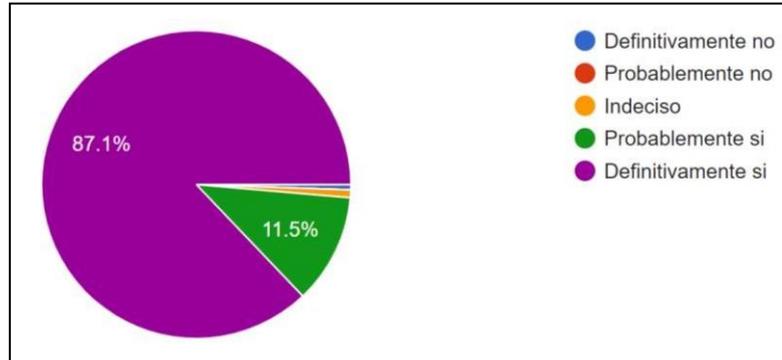
7. ¿Considera adecuada la venta de nuevos productos y promociones a través de redes sociales?

Tabla 9
Venta en redes sociales

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	2	0,60%
Probablemente no	0	0,00%
Indeciso	3	0,80%
Probablemente sí	42	11,50%
Definitivamente sí	317	87,10%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 7. Venta en redes sociales



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

La publicidad en redes sociales ha sido una estrategia eficiente para dar a conocer nuevos productos, dando resultados favorables con respecto a incremento de ventas, de la misma manera el anuncio de promociones ha provocado un incremento considerable de los ingresos para el emprendimiento.

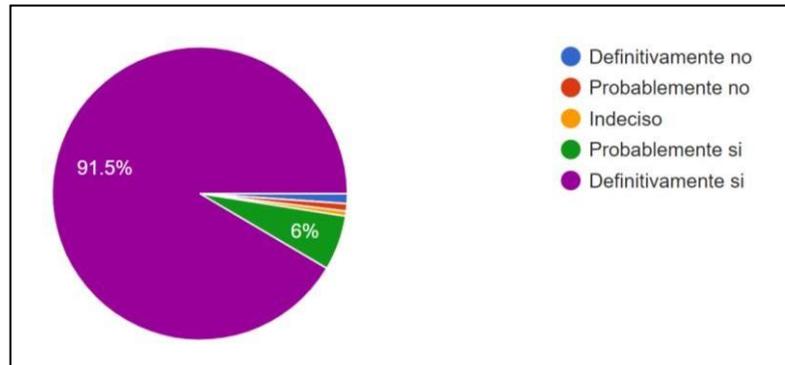
8. ¿Considera que los emprendimientos deben implementar nuevos recursos tecnológicos con el fin de mejorar el servicio?

Tabla 10
Implemento de recursos tecnológicos

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	4	1,10%
Probablemente no	3	0,80%
Indeciso	2	0,60%
Probablemente sí	22	6,00%
Definitivamente sí	333	91,50%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 8. Implemento de recursos tecnológicos



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

La implementación de recursos tecnológicos en los emprendimientos de San José de Ancón se vuelve indispensable para mejorar los procesos productivos o de comercialización, este factor es indispensable para mejorar las operaciones de los negocios y la optimización de los recursos con los que cuenta.

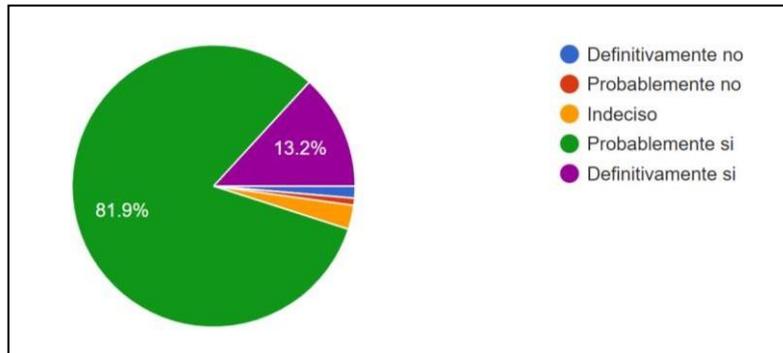
9. ¿Han cumplido con sus expectativas los productos adquiridos en los negocios establecidos en la parroquia?

Tabla 11
Cumplimiento de expectativas

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	5	1,40%
Probablemente no	3	0,80%
Indeciso	10	2,70%
Probablemente sí	48	13,20%
Definitivamente sí	333	81,90%
Total	364	100,00%

Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón.

Figura 9. Cumplimiento de expectativas



Nota: Sondeo aplicado a los moradores de la parroquia San José de Ancón

La producción y comercialización de bienes en San José de Ancón de la provincia de Santa Elena han sido de satisfacción, cumpliendo las expectativas de los consumidores de manera adecuada, no obstante, se debe mejorar la calidad del servicio al cliente estableciendo estrategias innovadoras para lograr la fidelidad y posicionamiento en el mercado.

Encuesta aplicada a los colaboradores de los emprendimientos de San José de Ancón

Según la encuesta realizada a los 128 colaboradores de los diferentes emprendimientos con la finalidad de obtener información relevante que permita establecer estrategias que ayuden a impulsar la calidad y competencia se obtuvo lo siguiente:

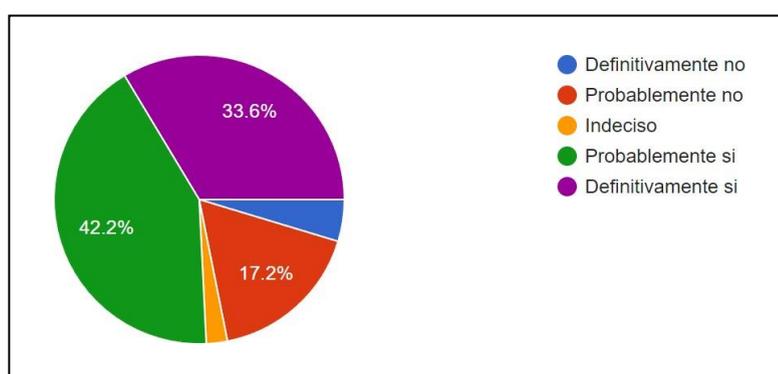
1. ¿Usted tiene conocimiento sobre estrategias de servicio al cliente o estrategias de venta?

Tabla 12
Conocimientos sobre estrategia de servicio al cliente o venta

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	6	4,70%
Probablemente no	13	18,00%
Indeciso	3	2,30%
Probablemente sí	54	42,20%
Definitivamente sí	42	32,80%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia

Figura 10. Conocimientos sobre estrategia de servicio al cliente o venta



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia

El conocimiento de estrategias sobre servicio al cliente es primordial para todo negocio, consecuencia a esto, los colaboradores de los emprendimientos de la

localidad de San José de Ancón de la provincia de Santa Elena se sienten aptos para dar un excelente servicio al cliente, de la misma manera asesorar sobre los productos que requieran.

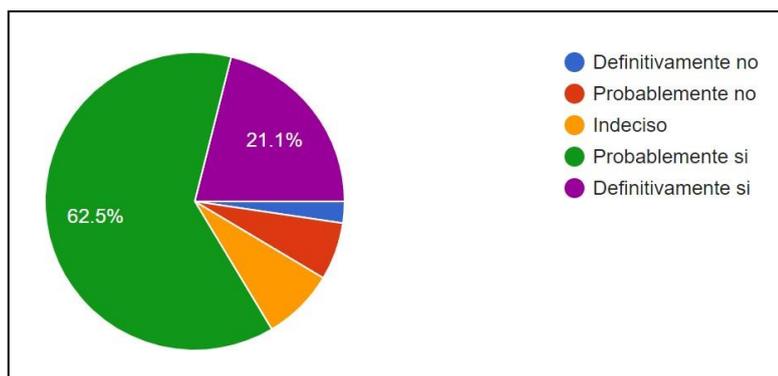
2. ¿Considera que trabaja con productos que cumplen con las expectativas de clientes potenciales?

Tabla 13
Cumplimiento de expectativas

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	3	2,30%
Probablemente no	8	6,30%
Indeciso	10	7,80%
Probablemente sí	81	62,50%
Definitivamente sí	26	21,10%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia

Figura 11. Cumplimiento de expectativas



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia

La producción de bienes en Ancón es de excelente calidad, así mismo, los productos terminados que se comercializan son los mejores con respecto a calidad, siendo un factor considerado para fidelizar clientes y aumento de ingresos a través

de las ventas.

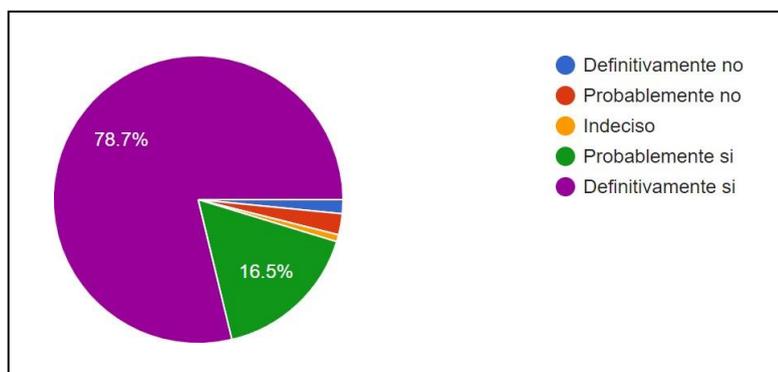
2. ¿Para el mejoramiento de la calidad en el servicio, el trabajador es un elemento importante en el negocio?

Tabla 14
Mejoramiento de la calidad en el servicio

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	2	1,60%
Probablemente no	3	2,40%
Indeciso	2	0,80%
Probablemente sí	21	16,50%
Definitivamente sí	100	78,70%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 12. Mejoramiento de la calidad en el servicio



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Todo colaborador en una organización económica es indispensable, desde el operario hasta el que tiene un rango de jerarquía alto, si se requiere que la calidad del servicio brindado sea de excelencia, al trabajador se le debe formar a través de capacitaciones con respecto al servicio al cliente y demás operaciones que involucren su participación.

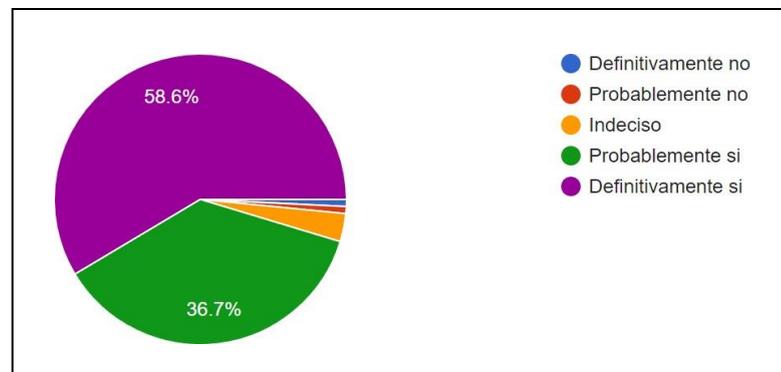
3. **¿Considera que el incremento de las ventas y competitividad en el mercado depende del servicio que se brinda al cliente?**

Tabla 15
Servicio en el incremento de ventas

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	1	0,80%
Probablemente no	1	0,80%
Indeciso	4	3,10%
Probablemente sí	47	36,70%
Definitivamente sí	75	58,60%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 13. Servicio en el incremento de ventas



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

El servicio al cliente es un factor muy significativo para las empresas, por medio de este se logra aumentar las ventas ya que los clientes buscan, en donde además de la calidad de los productos le den la atención que merecen y la información que requieran acerca de los bienes o servicios que pretenden adquirir.

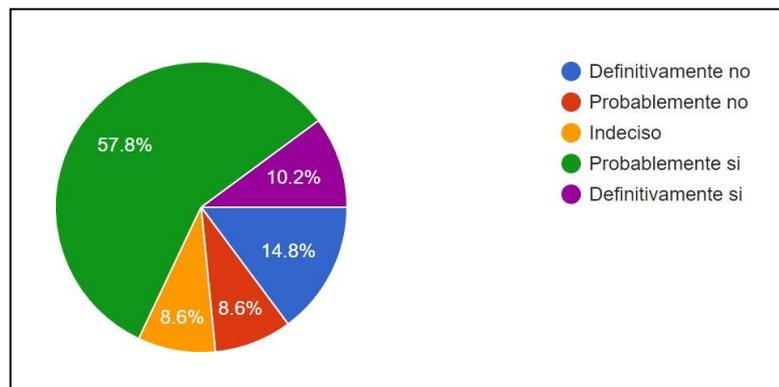
4. ¿Considera que se proporciona la información necesaria sobre el producto ofrecido al cliente?

Tabla 16
Información sobre el producto

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	19	14,80%
Probablemente no	11	8,60%
Indeciso	11	8,60%
Probablemente sí	74	57,80%
Definitivamente sí	13	10,20%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 14. Información sobre el producto



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Brindar una información correcta acerca del producto que se ofrece en los emprendimientos garantiza incrementos de ingresos y fidelidad de los clientes, el personal de los emprendimientos de San José de Ancón está apto para brindar la información necesaria y brindar la mejor atención al cliente para que este se sienta satisfecho.

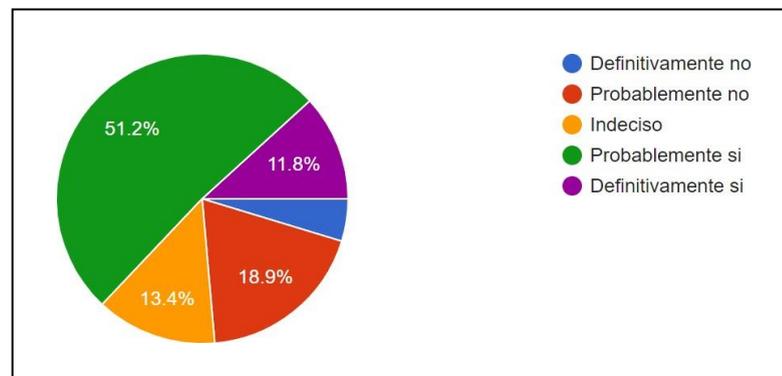
5. ¿Participa activamente en las actividades desarrolladas por la empresa para la captación de nuevos clientes?

Tabla 17
Participación en actividades de captación al cliente

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	6	4,70%
Probablemente no	24	18,90%
Indeciso	17	13,40%
Probablemente sí	66	51,20%
Definitivamente sí	15	11,80%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 15. Participación en actividades de captación al cliente



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

La participación activa por parte de los colaboradores de los emprendimientos de Ancón en las actividades que involucra su presencia ha sido eficiente, adquiriendo conocimientos necesarios para solventar las dudas de los clientes y brindar una mejor atención al mismo.

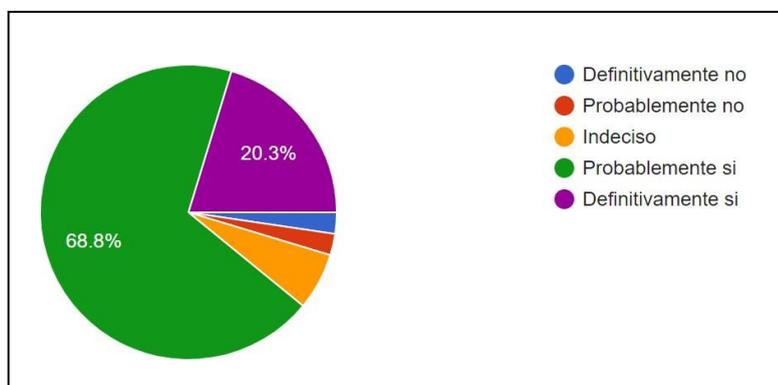
6. ¿Considera que los medios utilizados actualmente en el negocio ayudan a la comercialización de sus productos?

Tabla 18
Medios de comercialización

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	3	2,30%
Probablemente no	3	2,30%
Indeciso	8	6,30%
Probablemente sí	88	68,80%
Definitivamente sí	26	20,30%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 16. Medios de comercialización



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia

Los medios de publicidad que se han utilizado han dado buenos resultados para los emprendimientos de San José de Ancón de la provincia de Santa Elena, obteniendo incrementos en la comercialización de los productos que se ofrecen, significando mayores ingresos para los emprendimientos.

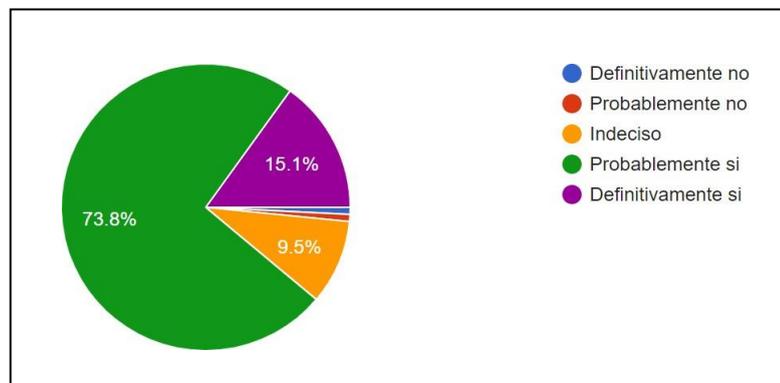
7. ¿Considera que el precio se ajusta con la calidad del producto o servicio brindado al público?

Tabla 19
Precio ajustado a la calidad del producto

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	2	0,80%
Probablemente no	2	0,80%
Indeciso	12	9,50%
Probablemente sí	93	73,80%
Definitivamente sí	19	15,10%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 17. Precio ajustado a la calidad del producto



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Para todo emprendimiento que el precio del producto se ajuste a la calidad del servicio que se le brinda al cliente, es la mejor estrategia de fidelización del cliente, de esta manera aumentan los ingresos y mejora el posicionamiento de la marca en el mercado.

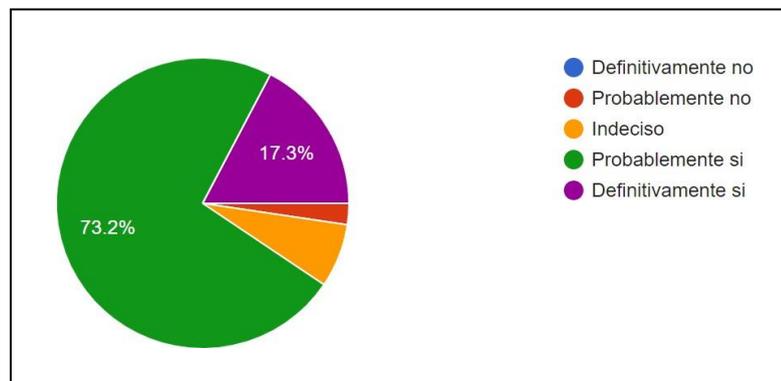
8. ¿Considera que el cliente se queda satisfecho con la atención y respuesta inmediata de la empresa ante sus necesidades?

Tabla 20
Satisfacción del cliente

Criterio	Proporción de encuestados	Porcentaje
Definitivamente no	0	0,00%
Probablemente no	3	2,40%
Indeciso	10	7,10%
Probablemente sí	93	73,20%
Definitivamente sí	22	17,30%
Total	128	100,00%

Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Figura 18. Satisfacción del cliente



Nota: Encuesta aplicada a los colaboradores de emprendimientos de la parroquia.

Como lo muestra la figura, el nivel de satisfacción de los clientes es alto, siendo un indicador de confianza para los emprendimientos de que las operaciones internas las están realizando con eficiencia direccionando los recursos a la producción, comercialización y brindar un servicio de excelencia.

Entrevista aplicada a los emprendedores

Según los emprendedores de la localidad, afirman que con el pasar del tiempo los negocios se han incrementado de manera constante de obtener recurso económico para adquirir bienes y servicios para cubrir la necesidad ha hecho que estos emprendimientos aumenten, así mismo, de brindar productos a la comunidad, se debe a que las familias quieren tener algo estable y con la ayuda de aporte económico de ellos han logrado tener su emprendimiento y mantenerlo hasta la actualidad.

Emprendiendo se aprende de estrategias, sean de comercio o de producción, el servicio es un aspecto fundamental para la fidelización de los clientes, es la manera en que el cliente se siente a gusto y regresa, además de brindar productos de excelente calidad.

Actualmente se utiliza mucho la atención personalizada, pero en este caso una buena atención, de manera respetuosa, carismática, hacer sentir al cliente que es muy importante para el negocio, es la parte más fundamental para mantenerlo fiel y asegurar su regreso. Según los entrevistados, mencionan que la diferencia con respecto al servicio es que son muy atentos con el cliente, y siempre se les ofrece cuando se tienen en el negocio algún producto nuevo.

Con respecto al desarrollo de actividades, poco se las realiza, debido a que no hay el recurso necesario como para invertir en personal y otros factores necesarios para realizar actividades como publicidad y poder atraer más clientes para el negocio.

El uso de herramientas tecnológicas es bueno para todo emprendimiento, pero el acceso a estas no es fácil, el costo es un poco elevado y la accesibilidad a financiamiento por parte de las instituciones financieras de la misma manera es complicada debido a los documentos que solicitan.

Ficha de Observación aplicada a los emprendimientos

De acuerdo a la información que se pudo obtener a través de la aplicación de fichas de observación de manera directa a los emprendimientos de San José de Ancón

de la provincia de Santa Elena se constató que:

Tipo de servicio que ofrece.- los servicios que estos emprendimientos ofrecen son de manera directa en el local, ya que el implementar alguna otra estrategia implicaría costos y no se encuentran aptos como para asumir estos rubros económicos.

Calidad de servicio.- según se pudo observar, la calidad del servicio que ofrecen cuando realizan una venta es buena, aún falta para mejorar y es un aspecto que es difícil conseguir ya que no cuentan con apoyo en capacitaciones con respecto a atención al cliente.

Uso de tecnología.- en cuanto a este aspecto, no cuentan con una tecnología de punta ya que el recurso monetario con el que disponen no es suficiente, además el hecho de ser emprendimiento no permite obtener ingresos suficientes como para invertir en este tipo de rubro.

Diversidad de productos.- en Ancón los emprendedores no cuentan en cada local con una variedad de productos, pero se complementan con otros locales, es decir, si no hay en ese local, se encuentra ese producto en otro.

Calidad de productos.- con respecto a la calidad de los productos que ofrecen, estos son buenos ya que en su mayoría son adquiridos de grandes empresas que llegan a San José de Ancón a realizar las entregas, esto permite tener confianza de los clientes en que consumen productos con marcas registradas sin que afecten su salud.

Productos nacionales o extranjeros.- los productos que adquieren para su posterior distribución generalmente son provenientes de Ecuador, Colombia y Perú, sin embargo, hay productos que se traen de otros países pero son distribuidos por empresas ecuatorianas.

Eficiencia administrativa.- las gestiones de los emprendedores no va más allá de tomar decisiones con respecto al abastecimiento de mercaderías para la venta o materias primas e insumos, contratación de colaboradores y realizar ventas, esto se debe a que en su mayoría son emprendimientos pequeños y fueron creadas de manera

empírica de acuerdo a la necesidad existente.

3.2. Discusión

De los resultados obtenidos por medio de encuesta y sondeo de opinión eran favorables, sin embargo, se constató que los emprendimientos que actualmente se encuentran ubicados en San José de Ancón de la provincia de Santa Elena, no son suficientes para solventar los gustos y deseos de las personas que habitan o visitan este sector, consecuencia a esto surge la necesidad de fomentar el emprendimiento de dicho sector con la finalidad de que las familias puedan obtener el suficiente recurso para mejorar su calidad de vida.

Con respecto a la información de la encuesta a los colaboradores de los emprendimientos, se determinó que la información que se brinda acerca del producto que se comercializa en los emprendimientos de la comunidad de San José de Ancón a pesar de que la información del producto que se le brinda al cliente es la adecuada, este debe mejorar y cumplir con las expectativas de los clientes, muchos de los colaboradores no están preparados para satisfacer completamente a los clientes que visitan los emprendimientos, por otra parte, muchos de ellos no participan en las actividades que se desarrollan con el propósito de capacitar en estrategias de captación y fidelización de clientes, esto provoca ineficiencias en el proceso operativo de realización de ventas y atención al cliente.

Por otra parte, por medio de los resultados de la entrevista realizada a los emprendedores de la localidad, se logró identificar que no pueden desarrollar actividades que aporten al mejoramiento del servicio ya que no cuentan con

suficiente recurso económico para realizar dicha inversión, de la misma manera no pueden implementar recursos tecnológicos debido a esta limitante.

En cuanto a la ficha de observación, el mayor inconveniente es el establecimiento de estrategias que aseguren un incremento en la gestión operativa de los emprendimientos, consecuencia a esto no pueden crecer, tampoco mejorar sus ingresos por medio de las ventas.

3.3. Propuesta

Tema: Estrategias de servicio y competitividad para los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, provincia de Santa Elena.

Antecedentes

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la aplicación de las encuestas aplicadas a los colaboradores de los emprendimientos, a las entrevistas realizadas a los dueños de las ideas de negocios y la ficha de observación a los emprendimientos que se desarrollan en la parroquia San José de Ancón, es necesario establecer las estrategias de servicio y de competitividad para mejorar tanto la imagen de cada negocio, como fortalecer el posicionamiento de cada uno de ellos en el mercado local.

Es importante identificar las estrategias tanto de servicio como de competitividad en los emprendimientos, dado a que esto va a servir para potenciar la imagen de las ideas de negocios y crezcan, de esta forma no tener un ciclo corto como es lo que sucede con muchas empresas que nacen como ideas de negocios y luego

que se encuentran en un buen posicionamiento descuidan ciertas áreas que en poco tiempo desaparecen, lo que se quiere evitar es eso, más bien, que mediante estas estrategias, junto con las actividades a seguir y los objetivos de cada estrategia conocer los alcances y de esa forma que los resultados sean los efectivos.

Cabe recalcar, que las estrategias que se identifican deben establecerse bajo los criterios de estudio y alcance, así como al momento de que se apliquen, existan los controles de seguimiento y evaluación, con el propósito de que si existen falencias o no están dando buenos resultados se puedan tomar las acciones pertinentes y de esta forma lograr la efectividad de cada una de las estrategias que se brinda en la siguiente propuesta.

Objetivos

Objetivo General

Fortalecer el posicionamiento e imagen de los emprendimientos mediante la aplicación de estrategias de servicio y competitividad en la parroquia San José de Ancón de la provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Implementar las estrategias de servicio para mejorar el nivel de ventas en los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.
- Aplicar las estrategias de competitividad para mejorar el posicionamiento de las marcas de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.

- Identificar las actividades y objetivos de las estrategias de servicio y de competitividad para conocer los resultados esperados en cada una de las acciones.

Responsables

- Administradores de los emprendimientos
- Colaboradores de los emprendimientos

Beneficiarios

- Propietarios de los emprendimientos
- Clientes

**Figura 19. Estrategias de servicio para los emprendimientos de la parroquia
San José de Ancón, provincia de Santa Elena**



Nota: Estrategias de servicio para los emprendimientos

Tabla 21. Estrategias de servicio con las actividades a implementarse y los objetivos que se requiere alcanzar

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES A IMPLEMENTARSE	OBJETIVO
Estrategias de Servicio al cliente	<p>Analizar el contexto del cliente</p> <p>Conocer las expectativas del cliente</p> <p>Realizar el seguimiento de servicio al cliente</p>	Mejorar el servicio al cliente conociendo las expectativas y preferencias de los clientes.
Estrategias de Capacitación	<p>Capacitar a los dueños de los emprendimientos sobre la forma de posicionarse en el mercado local.</p> <p>Capacitar a los colaboradores de los emprendimientos para mejorar la atención al cliente</p>	Capacitar al personal tanto administrativos como de ventas de los emprendimientos para brindar un servicio de calidad.
Estrategias de Motivación	Brindar promociones de ventas.	Motivar a los clientes para que continúen comprando en los

	Impulsar sus productos con bonos adicionales de descuento.	productos o servicios que ofrecen los emprendimientos para mejorar el nivel de ventas
Estrategias de Satisfacción al cliente	Realizar un análisis individual de cada cliente sobre el nivel de satisfacción. Mantener una relación estrecha con el cliente sobre el servicio que recibió y su avance dentro del uso del mismo.	Conocer el nivel de satisfacción de los clientes para realizar las acciones pertinentes en el caso que se requiera mejorar.
Estrategias de Atención al cliente	Mantener promociones que propicien la fidelización de los clientes Brindar regalías a los clientes en cuanto a la referencia que den del emprendimiento.	Fortalecer la fidelización de los clientes mediante alternativas de incentivos.

Nota: Elaborado por la Srta. Mariuxi Reyes Flores como parte de la propuesta del presente trabajo investigativo.

Figura 20. Estrategias de competitividad para los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, provincia de Santa Elena



Nota: Estrategias de competitividad para los emprendimientos.

Tabla 22. Estrategias de competitividad con las actividades a implementarse y los objetivos que se requiere alcanzar

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES A IMPLEMENTARSE	OBJETIVO
Estrategias de Calidad	Mantener un sistema de gestión de calidad de servicio. Mantener un sistema de gestión de calidad de productos.	Brindar un servicio de calidad en servicio y producto mediante sistemas integrados de calidad.
Estrategias de Diferenciación	Identificar las fortalezas de la competencia Establecer las acciones de competitividad	Conocer a la competencia en cuanto al posicionamiento y ventaja que tienen frente a otros emprendimientos de otras zonas aledañas.
Estrategias de Precio	Realizar un estudio de precios para mejorar el costo de los servicios y productos de los emprendimientos.	Determinar precios en los productos y servicios con la finalidad de mejorar el nivel competitivo de los

	Realizar negociaciones con los proveedores a fin de establecer precios que hagan la diferencia frente a la competencia	emprendimientos locales.
--	--	--------------------------

Nota: Elaborado por la Srta. Mariuxi Reyes Flores como parte de la propuesta del presente trabajo investigativo.

Conclusiones

Finalmente, con la información recabada de las encuestas, ficha de observación y entrevistas se puede determinar que:

- Los emprendimientos de la comunidad de San José de Ancón no poseen suficiente información sobre estrategias de servicio al cliente para su satisfacción, así mismo no cuentan con la educación adecuada para mejorar este aspecto, debido a que los emprendimientos fueron creados en base a una necesidad personal y no mediante a un estudio de mercado para satisfacer a la sociedad.

- El personal que colabora con los propietarios de los emprendimientos no se siente involucrados directamente con los negocios, ocasionando incertidumbres con respecto a la atención que deben brindar a los clientes y la información de los productos que se les debe mencionar.

- Las operaciones de los emprendimientos no han sido eficientes debido a que los administradores no cuentan con suficiente conocimiento en estrategias con respecto a gestión administrativa, estos aspectos los llevan de manera empírica de acuerdo con la experiencia que han obtenido con el pasar del tiempo como emprendedor.

Recomendaciones

Se recomienda que:

- Establecer estrategias con respecto al servicio al cliente, a través de capacitaciones considerando que en la actualidad existen diversas maneras de educarse, la web site es una de las alternativas y de esta manera brindar un servicio de calidad a los clientes.

- Fomentar el compromiso de los colaboradores hacia los emprendimientos, de esta manera se fomenta el desarrollo intelectual y el rendimiento productivo direccionado a captación de nuevos clientes y aplicación de nuevas estrategias de fidelización con respecto a la marca.

- Proponer un modelo direccionado a la gestión de decisiones gerenciales para fomentar el desarrollo de estrategias operativas con la finalidad de mejorar los procesos internos hacia la captación de nuevos clientes, direccionamiento de trabajadores a la satisfacción del cliente por medio del servicio prestado y mejoramiento de posicionamiento en el mercado.

Referencias

Alburqueque Rojas, C. S., & Bustillos Gutierrez, A. Y. (2021). Capacitación del personal y productividad laboral de la empresa Cajé Forest SAC. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Lima.

Andrade, B., & Escalante, M. (2019). *ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA BULTRIMS S.A.* . Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Andres, F. G. (2022). Diferenciación competitiva en sostenibilidad: una oportunidad para la palmicultura colombiana. *Revista Palmas*, 79.

Arenal Laza, C. (2018). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Tutor Formacion;.

Ayensa, A. (2017). *Operaciones administrativas de compraventa*. España: Ediciones Paraninfo.

Becerra Godinez, J. A., Serralde Coloapa, J. L., & Ramirez Arellano, A. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *CienciaUAT*, 17.

Casanova Villalba, C. I., Herrera Sanchez, M. J., Herrera Enriquez, G., Almeida Blacio, J. H., & Preciado Ortiz, F. L. (2022). *Efectos del COVID-19 en la actividad económica de Quintana Roo: una perspectiva desde la ventaja comparativa*. Guayaquil: Editorial Grupo Compas.

Daza, M., Daza, M., & Pérez, A. (2017). Servicio al cliente: Una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia).

AiBi revista de investigación en administración e ingeniería, 3 - 7.

Garrel, A. (2021). *La Competitividad y sus Claves: La excelencia en la economía del conocimiento*. Marge books.

Iman Cubas, A. M. (2019). Relación entre la calidad de servicio logístico y satisfacción del cliente en las agencias de carga para las Mypes exportadoras de confecciones de Gamarra que hacen uso de transporte marítimo desde puerto del Callao 2019. (*Tesis de licenciatura*). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Peru.

Izquiero Espinoza, J. R. (2021). La Calidad de Servicio en la Administración Pública . *Revista Científica; Horizonte Empresarial*, 13.

Jejen Florez, L. K. (2021). *La importancia de la calidad y el servicio*. Escritura académica. V 7 - N° 2.

Jiménez , A. (2015). *Estrategia de Competitividad y Emprendimiento, una Revisión de la Literatura*. Colombia. doi:file:///C:/Users/VERIOSKA/Downloads/2492-Texto%20de%20art%C3%ADculo2479-1-10-20170522%20(1).pdf

Lopez Padilla, R. d., Rodriguez Alegre, L., & Trujillo Valdiviezo, G. (2021). La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las microempresas del sector pesquero de la ciudad de Piura. *Ciencia Latina, Revista Multidisciplinar*, 12.

Molina, R., Rios, R., Lay Raby, J., Ramirez Molina, N. D., & Ramineth, J. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: Una revisión teórica . *Corporación Universidad de la Costa* .

Porter, M. (2018). *Estrategias de Competitividad*.

Quevedo Abad, F. A. (2022). Plan de acción "Motivación" para el fortalecimiento de la motivación laboral de los docentes de una universidad privada en Lima. (*Tesis de maestría*). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Peru.

Rodriguez Gonzalez, J. A., Tagle Zamora, D., & Marquez Granados, G. (2020). Estrategias empresariales ante la COVID - 19: El caso de la industria curtidora de León,

Guanajuato. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 19.

Roman Prado & Nebrada Pascual. (2018). *Marketing Industrial y Servicios*. Madrid. España: ESIC editorial.

Romero, Z. (2020). *"Estrategias de Competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de Moquegua"*.

Toledo. (2018). *Análisis Competitivo de las empresas*. . Marketing XXI.

Tomala Parrales, N. Y. (2019). Calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes de la Cooperativa Nueva Huancavilca. (*Tesis licenciatura*). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena, Canton La Libertad.

Valderrama Santibañez, A. L., Neme Castillo, O., & Garcia Meza, M. A. (2019). Determinantes de las habilidades de innovación en las mypes de la Zona Metropolitana del Valle de México. *Universidad Nacional de Colombia* , 13.

Apéndice

Apéndice A. Formato ficha de observación



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

Ficha de observación dirigido a los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, provincia de Santa Elena

Objetivo: Identificar el servicio brindado por los emprendimientos, a fin de establecer estrategias que impulsen su calidad y competitividad.

INSTRUCCIONES: Llenar con información relevante y específica.

Fecha:		No. de ficha:	
Hora de inicio:		Hora final:	
Lugar:			
Actividad	Descripción	Observaciones	
Tipo de servicio que ofrece			
Calidad de servicio			
Uso de tecnología			
Diversidad de productos			
Calidad de productos			
Productos nacionales o extranjeros			
Eficiencia administrativa			

Apéndice B. Formato sondeo de opinión



UNIVERSIDAD ESTATAL PE NÍNSULA DE SANTA ELENA

Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

Sondeo de opinión dirigido a los clientes de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, provincia de Santa Elena

Objetivo: Identificar la perspectiva del cliente respecto al servicio brindado por los emprendimientos, a fin de establecer estrategias que impulsen su calidad y competitividad.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta a su selección

1	2	3	4	5					
Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si					
N	Preguntas:				1	2	3	4	5
1	¿Son suficientes los emprendimientos establecidos en la parroquia de San José de Ancón?								
2	¿Cree usted que el servicio es la mejor estrategia que pueden aplicar los emprendimientos de la parroquia para fidelizar a los clientes?								
3	¿Considera que los precios son los adecuados por el servicio brindado?								
4	¿Considera que los emprendimientos de la parroquia brindan un servicio de calidad?								
5	¿Considera eficiente el proceso que realizan los emprendimientos al momento de brindar sus servicios?								
6	¿Considera importante el uso de redes sociales para solicitar el servicio de forma rápida?								

7	¿Considera adecuada la venta de nuevos productos y promociones a través de redes sociales?					
8	¿Considera que los emprendimientos deben implementar nuevos recursos tecnológicos con el fin de mejorar el servicio?					
9	¿Han cumplido con sus expectativas los productos adquiridos en los negocios establecidos en la parroquia?					

Apéndice C. Formato de entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

Entrevista dirigida a los emprendedores de la parroquia San José de Ancón, provincia de Santa Elena.

Objetivo: Identificar la situación actual respecto a la calidad y estrategias de servicio en los emprendimientos de la parroquia San José

Instrucciones: Sírvase responder las preguntas realizadas por el entrevistador.
DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre del entrevistado: _____

Tiempo de actividad: _____

Tipo de negocio: _____

Género: Masculino Femenino
Nivel de estudio: Básica Secundaria Superior

1. ¿Considera que el negocio ha evolucionado? Describa como se ha cumplido.
2. ¿De qué forma llama la atención de los clientes?

3. A través de los años, ¿Qué conocimiento ha adquirido sobre las estrategias de servicio?
4. ¿Qué tipos de estrategias de servicio implementa su negocio o emprendimiento?

5. ¿Describa de qué forma mantiene la fidelidad de los clientes y qué tipo de estrategias utiliza para este fin?
6. ¿Qué tipo de capacitación y motivación reciben los colaboradores?

7. Dentro de la competitividad, ¿En qué se diferencia la calidad del servicio de su negocio con los demás emprendimientos?
8. ¿De qué forma y con qué frecuencia desarrolla actividades en su negocio con la finalidad de captar nuevos clientes?
9. ¿De qué manera cree usted que el uso de la herramienta tecnológica ayudaría en su negocio para mejorar la competitividad?

Apéndice D. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

Encuesta dirigida a los colaboradores de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón, provincia de Santa Elena

Objetivo: Identificar la perspectiva de los colaboradores de los emprendimientos respecto al servicio brindado por los negocios, a fin de establecer estrategias que impulsen su calidad y competitividad.

INSTRUCCIONES: Marcar con una X la respuesta a su selección

		1	2	3	4	5				
		Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si				
N		Preguntas:				1	2	3	4	5
1	¿Usted tiene conocimiento sobre estrategias de servicio al cliente o estrategias de venta?									
2	¿Considera que trabaja con productos que cumplen con las expectativas de clientes potenciales?									
3	¿Para el mejoramiento de la calidad en el servicio, el trabajador es un elemento importante en el negocio?									
4	¿Considera que el incremento de las ventas y competitividad en el mercado depende del servicio que se brinda al cliente?									
5	¿Considera que se proporciona la información necesaria sobre el producto ofrecido al cliente?									
6	¿Participa activamente en las actividades desarrolladas por la empresa para la captación de nuevos clientes?									
7	¿Considera que los medios utilizados actualmente en el negocio ayudan a la comercialización de sus productos?									

8	¿Considera que el precio se ajusta con la calidad del producto o servicio brindado al público?					
9	¿Considera que el cliente se queda satisfecho con la atención y respuesta inmediata de la empresa ante sus necesidades?					

Apéndice E. Certificado de validación de instrumentos del trabajo de investigación – Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en la tesis "ESTRATEGIAS DE SERVICIO Y COMPETITIVIDAD PARA LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2021" planteada por la estudiante Srta. REYES FLORES MARIUXI NAYELI doy por válido los siguientes formatos presentados.

1. Entrevista para los Propietarios
2. Encuesta para Colaboradores
3. Sondeo de opinión para Clientes
4. Ficha de observación

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

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

La Libertad, 09 de agosto del 2022



Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

Apéndice F. Matriz de Consistencia.

	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Estrategias de servicio y competitividad para los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón provincia de Santa Elena, año 2021.	¿Cuáles son las estrategias de servicio que contribuyen en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón?	<p>Objetivo General Proponer las estrategias de servicio que contribuyan con la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar las bases teóricas referentes a las estrategias de servicio y la competitividad mediante la búsqueda de información bibliográfica y documental. • Definir las estrategias de servicios mediante el estudio de la percepción de clientes y colaboradores de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón • Diseñar las estrategias de servicio que fortalezcan en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón. 	Las estrategias de servicios contribuirán en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.	Independiente Estrategias de servicios.	Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Motivación 	<p>Tipo de investigación: Exploratoria, Descriptiva bibliográfica, cuantitativa – cualitativo.</p> <p>Método de la investigación: Deductivo e inductivo.</p> <p>Diseño de muestreo: Población, Muestreo probabilístico, Muestreo aleatorio simple.</p> <p>Técnica de investigación: Encuesta, Entrevista.</p>
					Satisfacción al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente 	
					Ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Diferenciación • Precios 	

Apéndice G. Matriz de operacionalización

Hipótesis/Idea a defender	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento de recolección de información
Las estrategias de servicios permitirán contribuir en la competitividad de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón.	Independiente Estrategias de servicios.	Las estrategias de servicios son un punto clave dentro de los emprendimientos, debido a que estas son consideradas como alternativas y medidas que se basan en satisfacer las necesidades y exigencias del mercado.	Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Motivación 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de capacitación y motivación reciben los colaboradores? 	Entrevista
			Satisfacción al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué forma llama la atención de los clientes? 	Entrevista.
	Dependiente Competitividad.	La competitividad es aquella capacidad que posee un individuo o empresa para posicionarse por delante de sus competidores, consiguiendo una mejor posición frente a ellos. Se basa en generar ventajas competitivas, es decir, disponer de uno o varios factores que le permitan destacarse y colocarse por encima del resto.	Ventaja Competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Diferenciación • Precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad respecto al servicio • Diferenciación en el servicio brindado por parte de los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón. • ¿Está de acuerdo con los precios que ofrecen los emprendimientos de la parroquia San José de Ancón con relación a la competencia? 	Encuesta

Apéndice H. Cronograma de actividades



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

MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

		PERÍODO ACADÉMICO 2022-1																			
		MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16				CIERRE PAO 2022-1
No.	Actividades planificadas	2-7	9-14	16-21	23-28	30Mayo-4Junio	6-11	13-18	20-25	27Jun-2Julio	4-9	11-16	18-23	25-30	1-6	8-13	15-20	22-27	30AG-4SEPT.	5-10	12-17
1	Propuesta de temas de investigación por parte de estudiantes																				
2	Presentación de Cronograma de actividades																				
3	Revisión de temas, Distribución de tutores y especialistas																				
4	Presentación de Planificación TIC-2022-2																				
5	Aprobación de la Planificación UIC-TIC-2022-2 por Consejo de Facultad																				
6	Entrega de resolución a tutores																				
7	<i>Tutorías de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																				
8	Introducción																				
9	Capítulo I Marco Teórico																				
10	Capítulo II Marco Metodológico																				
11	Capítulo III Resultados																				
12	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																				
13	Certificado Urkund-Tutor																				
14	Entrega de informe por parte de los tutores																				
15	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																				
16	Entrega de oficios a los especialistas																				
17	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																				
18	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																				
19	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																				

Apéndice I. Certificado antiplagio



Document Information

Analyzed document	TIC MARIUXI REYES FLORES OCTAVO SEMESTRE.docx (D143441179)
Submitted	8/31/2022 3:27:00 PM
Submitted by	
Submitter email	lnunez@upse.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	lnunez.upse@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / 2 BARANDICA SANTILLAN DANIXA.docx Document 2 BARANDICA SANTILLAN DANIXA.docx (D82031801) Submitted by: slinzan@upse.edu.ec Receiver: slinzan.upse@analysis.orkund.com	 2
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR COMPLETO ADAMARIZ.docx Document TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR COMPLETO ADAMARIZ.docx (D142949275) Submitted by: genesiszuleta045@gmail.com Receiver: jpalaciosm.upse@analysis.orkund.com	 3
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / TESIS DE YAJAIRA ORRALA URKUND.docx Document TESIS DE YAJAIRA ORRALA URKUND.docx (D142995963) Submitted by: wcaiche@upse.edu.ec Receiver: wcaiche.upse@analysis.orkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / Estrategias de MKT - Ma Fer Magallanes Urk.docx Document Estrategias de MKT - Ma Fer Magallanes Urk.docx (D56333589) Submitted by: epico@upse.edu.ec Receiver: epico.upse@analysis.orkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / PROYECTO GRUPO N°10 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS MERCADO HONORIO DE LA CRUZ.docx Document PROYECTO GRUPO N°10 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS MERCADO HONORIO DE LA CRUZ.docx (D127515196) Submitted by: shirley.rocafuertegonzalez@upse.edu.ec Receiver: abenavides.upse@analysis.orkund.com	 1

Apéndice J. Fotografía



Entrevistada: Emprendedora Maribel Pita



Entrevistada: Emprendedora Nelly Tumbaco



Entrevistado: Emprendedor Jean Flores



Entrevistada: Emprendedora Cristina Mite



Visita de campo: Emprendedores Parroquia San José de Ancón

