



Facultad de Posgrados

**Gestión de calidad y la incidencia en la satisfacción de clientes en la  
importadora Manzana Rota**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el Título de Magister en Dirección de  
Empresas, mención gestión de Empresas de Servicios**

**PROFESOR GUÍA**

Ing. Roberto Carlos Herrera A. MsC.

**AUTOR**

Cosme David Camacho Coloma

**Año**

2023



## FACULTAD DE POSGRADOS

Gestión de calidad y la incidencia en la satisfacción de clientes en la importadora Manzana Rota

AUTOR/ES

Cosme David Camacho Coloma

Año

2023

## RESUMEN

Es importante indicar que para la presente investigación se va a considerar a la importadora Manzana Rota, ubicada en la ciudad de Ambato; la cual se dedica a la venta, importación y reparación de accesorios, tecnología de equipos celulares. Es necesario mencionar que la empresa se ha manejado a nivel empírico y experiencia de su titular, sin embargo, no se ha tomado en cuanto a índices de satisfacción a los clientes en base a los servicios solicitados, no se conoce los índices de puntualidad en la entrega de los dispositivos, no se sabe el grado de experiencia y experticia de los operadores de servicio, no se sabe el nivel de posicionamiento de la empresa, no se sabe los datos sobre aumento o disminución de clientes. En virtud de aquello, no es posible delimitar las áreas de oportunidad para mejorar el servicio de reparación de equipos celulares, lo cual se podrá lograr a través del análisis de los procesos y los recursos necesarios para verificar la calidad en el servicio y la incidencia en la satisfacción del cliente. El enfoque cuali-cuantitativo de la investigación es una metodología relativamente nueva que combina los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación para obtener una mejor comprensión de un tema. Esta metodología se ha convertido en una herramienta invaluable para los investigadores, ya que permite una visión más amplia y profunda de un tema en particular. En primer lugar, una de las principales diferencias entre los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación es el enfoque de los datos.

**Palabras clave:** gestión de calidad, procesos, reparación, celulares

## **ABSTRACT**

It is important to indicate that for the present investigation the importer Manzana Rota, located in the city of Ambato, will be considered; which is dedicated to the sale, import and repair of accessories, cellular equipment technology. It is necessary to mention that the company has been managed at an empirical level and the experience of its owner, however, it has not been taken in terms of customer satisfaction rates based on the services requested, the punctuality rates in the delivery of the devices, the degree of experience and expertise of the service operators is not known, the level of positioning of the company is not known, the data on the increase or decrease of clients is not known. By virtue of that, it is not possible to delimit the areas of opportunity to improve the cellular equipment repair service, which can be achieved through the analysis of the processes and the necessary resources to verify the quality of the service and the incidence in customer satisfaction. The qualitative-quantitative approach to research is a relatively new methodology that combines qualitative and quantitative research methods to gain a better understanding of a topic. This methodology has become an invaluable tool for researchers, since it allows a broader and deeper vision of a particular topic. First of all, one of the main differences between qualitative and quantitative research methods is the approach to data.

**Keywords:** quality management, processes, repair, cell phones

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
DECLARACIÓN DE PROFESOR GUÍA .....	ix
DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR .....	x
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LOS ESTUDIANTES .....	xi
DEDICATORIA .....	xii
AGRADECIMIENTO .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos .....	3
Justificación .....	3
Antecedentes.....	4
Identificación De La Problemática .....	7
Metodología, Técnicas e Instrumentos .....	9
Tipo y Enfoque de Investigación.....	9
Métodos, Técnicas e Instrumentos .....	10
Investigación Bibliográfica .....	10
Investigación de Campo .....	11
Investigación Descriptiva .....	13
Investigación Correlacional.....	14
Población y muestra .....	15
Fórmula para el cálculo de la muestra: .....	15
Técnica de Recolección de Datos .....	16
Procesamiento y Análisis de la Información .....	17
Capítulo I.....	22
1.- Marco Teórico .....	22
1.1.- Concepto de Estrategia.....	22
1.2.- Las Estrategias de Calidad .....	23
1.3.- Concepto de Calidad .....	24
1.4.- La Gestión de Calidad .....	26
1.5.- Modelo de Gestión .....	27

1.6.- El Modelo de Gestión Empresarial .....	28
1.7.- La Atención al Cliente.....	30
1.8.- La Satisfacción del Cliente.....	31
1.9.- El Liderazgo de Servicio .....	32
1.10.- La Propuesta de Valor .....	34
1.11.- Los Atributos del Servicio.....	35
1.11.- La Demanda y Capacidad Productiva .....	37
1.12.- La Metodología Service Blueprint .....	38
Capítulo II.....	40
Desarrollo De Resultados .....	40
Capítulo III .....	60
Desarrollo De La Propuesta.....	60
3.1. Nombre de la Propuesta.....	60
3.2 Objetivos.....	60
3.2.1 Objetivo General.....	60
3.2.2 Objetivos específicos.....	60
3.4. Planteamiento de la Propuesta.....	61
3.4.1. Fase I .....	61
3.4.1.1. Análisis de Posicionamiento.....	62
3.4.1.2. Análisis FODA de la importadora Manzana Rota en la ciudad de Ambato.....	65
3.4.1.3 Matriz FODA.....	66
3.4.1.4 Fase II .....	68
3.4.1.5 Determinación de las Estrategias.....	68
3.4.1.6. Fijación de objetivos.....	68
Fase III.....	69
Elaboración y Ejecución de Estrategias.....	71
Customer Journey Map.....	72
Service Blueprint .....	72
Aplicabilidad de las Estrategias Propuestas .....	74
Plan de Capacitaciones .....	76
Evaluación de Resultados.....	79
Discusión .....	82
Conclusiones.....	84
Recomendaciones .....	85
Referencias Bibliográficas.....	86
ANEXOS .....	92

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	42
Figura 2.....	43
Figura 3.....	44
Figura 4.....	45
Figura 5.....	46
Figura 7.....	48
Figura 8.....	49
Figura 9.....	50
Figura 10.....	51
Figura 11.....	52
Figura 12.....	55
Figura 13.....	61
Figura 14.....	69
Figura 15.....	70
Figura 16.....	73
Figura 17.....	75
Figura 18.....	78

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	19
Tabla 2 .....	41
Tabla 3 .....	43
Tabla 4 .....	44
Tabla 5 .....	45
Tabla 6 .....	46
Tabla 7 .....	47
Tabla 8 .....	48
Tabla 9 .....	49
Tabla 10 .....	50
Tabla 11 .....	51
Tabla 12 .....	52
Tabla 13 .....	53
Tabla 14 .....	54
Tabla 15 .....	56
Tabla 16 .....	57
Tabla 17 .....	58
Tabla 18 .....	59
Tabla 19 .....	63
Tabla 20 .....	65
Tabla 22 .....	67
Tabla 23 .....	68
Tabla 24 .....	72
Tabla 25 .....	74
Tabla 26 .....	76
Tabla 27 .....	79



## **DECLARACIÓN DE PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido este trabajo “Gestión de calidad y la incidencia en la satisfacción de clientes en la importadora Manzana Rota”, a través de reuniones periódicas con el estudiante Cosme David Camacho Coloma en el semestre 2023-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación"

---

Roberto Carlos Herrera

Magíster en Gerencia de Proyectos

C.I.: 1002516399

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro haber revisado este trabajo, Gestión de calidad y la incidencia en la satisfacción de clientes en la importadora Manzana Rota, en la asignatura de Proyecto de Titulación dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación"

---

Roberto Carlos Herrera

Magíster en Gerencia de Proyectos

C.I.: 1002516399

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LOS ESTUDIANTES**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Cosme David Camacho Coloma  
Nombre y apellidos de los/as autores  
C.I.: 1724351901

## **DEDICATORIA**

Querida madre Inés Coloma,

Esta tesis es el resultado de años de esfuerzo, dedicación y sacrificio. Y en gran parte, se debe a tu amor, apoyo y guía incondicional. Desde que era niño/a, me has enseñado la importancia de la educación y el valor del trabajo arduo.

A lo largo de mi carrera académica, has estado a mi lado, brindándome todo lo que necesitaba para tener éxito. Tu paciencia y tu sabiduría me han guiado en momentos difíciles y me han animado a seguir adelante incluso cuando las cosas parecían imposibles.

Esta tesis es una pequeña muestra de todo lo que he aprendido y de todo lo que he logrado gracias a ti. Es un tributo a tu amor incondicional y una demostración de mi gratitud por todo lo que has hecho por mí.

Espero que, al leer estas líneas, sientas el amor y la gratitud que tengo por ti. Esta tesis es también tuya, y espero que te sientas orgullosa de mi logro.

Te amo mucho, Mamá.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que han contribuido de alguna manera en la realización de esta tesis.

En primer lugar, deseo agradecer a mi director/a de tesis por su valiosa guía y orientación. Gracias por brindarme su experiencia y conocimientos, y por dedicar tiempo y esfuerzo para ayudarme a lograr mis objetivos académicos.

También deseo agradecer a mi familia y amigos por su apoyo incondicional durante todo el proceso de investigación y redacción. Gracias por escuchar mis ideas, por brindarme palabras de aliento y por estar presentes en los momentos más difíciles. Vuestra presencia ha sido esencial para mantener mi motivación y concentración en este trabajo.

De igual manera, quiero agradecer a todos los profesores y compañeros de estudio que me brindaron su ayuda y colaboración durante la realización de esta tesis. Sus ideas y sugerencias han sido valiosas para enriquecer el contenido y mejorar su calidad.

Asimismo, deseo expresar mi gratitud a la importadora manzana rota que me han brindado su colaboración y apoyo en el desarrollo de esta investigación. Su contribución ha sido fundamental para el éxito de este trabajo y para la obtención de resultados significativos.

A todas estas personas e instituciones, mi más sincero agradecimiento. Vuestra colaboración ha sido esencial para la realización de esta tesis, y siempre estaré agradecido/a por su apoyo y ayuda en este logro académico.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación, aborda la temática de la gestión de calidad y su incidencia en la satisfacción del cliente en la Importadora Manzana Rota, la cual permite a lo largo de sus capítulos explicar la pertinencia del tema y dar solución a los requerimientos que surgen del mismo, la distribución está hecha de la siguiente manera: en primer lugar, el capítulo I o marco teórico, en donde se desarrolla la conceptualización de los términos pertinentes para la comprensión de la temática, considerando vocablos como estrategia, calidad de gestión, atención al cliente y la exposición de las herramientas propuestas *blueprint* y *customer journey map*.

En este orden de ideas, el capítulo II o desarrollo de resultados, se presenta como una recopilación de las herramientas utilizadas para llevar a cabo la investigación, en donde se demuestra la ejecución de las encuestas y entrevistas al personal que labora en la Importadora Manzana Rota, junto con sus respectivos análisis, evidenciando la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, a través de representaciones gráficas e interpretación de los resultados obtenidos mediante los instrumentos utilizados.

En el capítulo III o implementación de la propuesta, se proceden a desarrollar las estrategias que serán implementadas para dar respuesta a las problemáticas que se evidenciaron a inicios de la investigación; exponiéndose de manera amplia la realización de métodos digitales como el sistema *blueprint* y *Customer Journey Map*, los cuales sirven de apoyo para la optimización del proceso de gestión, ayudando a identificar las fallas administrativas y de esta manera trabajar en ellas directamente; así como la elaboración de un plan de capacitaciones dirigido al personal de la Importadora Manzana Rota, en el que se trabajen temas de importancia para la satisfacción del cliente en rama de servicio técnico.

Respecto a la satisfacción del cliente, cuyo tema es prioritario en la investigación, es importante destacar que es uno de los principales objetivos de cualquier negocio y la Importadora de servicio de celulares Manzana Rota no es una excepción. La importadora ofrece una amplia gama de productos y servicios para satisfacer los requisitos de los usuarios. Sin embargo, se evidenció la ausencia de estrategia adecuadas para una gestión de calidad eficaz.

Gestión de calidad es una estrategia de gestión enfocada en mejorar los procesos de producción para lograr una mejor satisfacción del cliente. Lo que se puede lograr mediante la implementación de varias prácticas, como la identificación de los requisitos de los clientes, el diseño de un proceso de producción adecuado, el control de productos, el análisis de los resultados y la mejora continua.

Una estrategia de gestión de calidad eficaz es esencial para asegurar la satisfacción del cliente en la Importadora de servicios celulares Manzana Rota. La importadora debe identificar los requisitos de los clientes para diseñar un proceso de producción adecuado. Esto incluye el desarrollo de un proceso de evaluación de la calidad de los productos y servicios ofrecidos para asegurar que cumplan con los estándares de calidad establecidos. También es importante realizar un seguimiento de los productos para asegurar que se entregan a tiempo y de acuerdo con los requisitos de los clientes. Una vez que el proceso de producción se ha diseñado con éxito, se debe realizar un seguimiento de los resultados para asegurar que los productos y servicios ofrecidos cumplan con los estándares de calidad.

Lo que se visibiliza en el análisis de los resultados de la propuesta y el análisis de los datos de los clientes. Estos análisis permiten identificar los problemas de calidad existentes y mejorar los productos y servicios ofrecidos para satisfacer las necesidades de los clientes. Además, la importadora debe establecer un plan de mejora continua para asegurar que los productos y servicios ofrecidos cumplan con los estándares de calidad, por lo que se proporciona un plan capacitación continua a los empleados para mantener un alto nivel de calidad en los servicios ofrecidos.

La implementación de una estrategia de gestión de calidad adecuada es esencial para asegurar la satisfacción del cliente en la Importadora de servicio de celulares Manzana Rota. Esto no sólo mejora la calidad de los servicios brindados, sino que también ayuda a mejorar la imagen de la empresa y posicionarla en el mercado. Esto puede resultar en un aumento de la rentabilidad de la empresa al atraer a más clientes y aumentar la productividad.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar cómo la gestión de calidad incide en la satisfacción de los clientes en la importadora Manzana Rota

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la gestión de calidad enfocada en los servicios de atención al cliente y reparación
- Establecer el grado de satisfacción al cliente en la importadora Manzana Rota
- Elaborar una propuesta con una visión sistemática de los componentes del servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes de la importadora Manzana Rota.

## **Justificación**

La importancia de este estudio se da en base al desarrollo de herramientas novedosas y su incorporación en el proceso de gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota, lo cual permitirá fortalecer las funciones internas de la empresa, la productividad del equipo de trabajo, atención al cliente y por ende, asegurar la satisfacción de los usuarios.

La originalidad de la presente investigación radica en lo escaso de estudios anteriores con respecto a la temática presentada, la importancia y veracidad de la información se verá representada a través de diversos capítulos en donde se expondrá la relación directa entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, como mecanismo para aumentar la productividad y funcionalidad de la Importadora Manzana Rota.

La necesidad de este estudio sobre la gestión de calidad e incidencia en la satisfacción del cliente en una empresa dedicada a la prestación de servicio técnico en el área de telefonía se origina en la relevancia del uso de dispositivos celulares en la actualidad y la identificación de carencias con respecto un proceso eficaz que garantice el agrado de los usuarios.

Por otra parte, esta investigación busca contribuir al diseño de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC), que pueda servir de base a otras empresas en la rama de



tecnología y afines, promoviendo la operatividad de este campo tan pertinente en la actualidad y aportando un nuevo enfoque en el área de atención al cliente que ofrezca soluciones a las problemáticas manifestadas por los usuarios en este caso de la Importadora Manzana Rota. Por ende, los beneficiarios directos de este análisis son los clientes de la importadora y demás empresas que se dediquen a la prestación de servicio técnico, quienes pueden implementar las estrategias propuestas para fortalecer el Sistema de Gestión de Calidad y garantizar la satisfacción de su clientela, así como la optimización de la funcionalidad interna.

En cuanto a la factibilidad, esta es posible porque el investigador cuenta con el acceso a la información de gestión de la Importadora Manzana Rota, cartera de clientes y servicios más demandados; lo cual posibilita un acercamiento con el proceso interno y la identificación de las problemáticas presentes en la gestión, con la finalidad de abordarlas de manera eficiente por medio de las estrategias propuestas a lo largo de la investigación.

### **Antecedentes**

Como antecedentes de esta investigación se consideran relevantes diversos artículos científicos direccionados a la temática que se aborda en este estudio, por ende, se mencionarán a continuación aportes analíticos que han servido de ayuda para la elaboración de este proyecto. En primer lugar, la investigación de Fernández (2019), resume que el origen de la calidad se remonta a la práctica comercial, la cual fue considerada inicialmente como inspección y posteriormente como control de calidad, calidad total y por último la calidad de servicio que hoy es un factor primordial para el éxito de las organizaciones relacionadas con telecomunicaciones. En cuanto a los modelos más representativos, el modelo nórdico se encarga de establecer una relación entre la calidad técnica y la calidad funcional, es decir, lo que el cliente espera de un servicio y cómo se ofrece. El modelo americano, por otro lado, evalúa de manera individual las expectativas y percepciones del usuario. La calidad de servicio en el sector de telecomunicaciones de Europa, Latinoamérica y Perú se refleja a través de una adecuada gestión de los recursos con el fin de lograr la satisfacción del público. La definición conceptual de la calidad de servicio se puede definir como el conjunto de actividades, requerimientos y hábitos que una organización debe tener para cumplir con las expectativas de los clientes.

Por otra parte, la investigación de Zavala (2020), denominada “La gestión de calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador”; evidencia que los efectos positivos que se pueden obtener al implementar estas variables como factores de competitividad. La gestión de calidad se considera como una filosofía de trabajo, no como una estructura definida dentro de la organización, sino como una mentalidad interna de todas aquellas personas que ofrecen servicios a los clientes, ya sean internos o externos. El éxito de una empresa depende en gran medida de la satisfacción de sus usuarios. Por ello, la demanda de los mismos debe incidir de forma positiva en la gestión de calidad. Para llegar a este objetivo, se ha llevado a cabo una investigación cualitativa que se basa en la exploración documental-bibliográfica. Los resultados obtenidos muestran diferentes formas de conceptualizar la gestión de calidad, como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad, entre otros. Después de haber estudiado el tema, se ha llegado a la comprensión de que la gestión de calidad es una herramienta indispensable para las empresas de servicio, que deben superar obstáculos internos y externos para complacer las expectativas de los usuarios. El éxito de una empresa se basa en la creación de una filosofía de servicio que busque satisfacer y superar las expectativas de los clientes.

En el caso de la incidencia de la satisfacción del cliente en la gestión de calidad, Pérez (2019) considera en su trabajo titulado “Análisis de ecuaciones estructurales: Gestión de calidad y satisfacción del cliente”, que: al comprender los niveles de satisfacción de los clientes, una empresa puede ofrecer un servicio de calidad. Se sabe que los más altos niveles de calidad conducen a niveles mayores de satisfacción de los clientes. Lo anterior lleva a las empresas a adoptar programas de gestión de calidad para mejorar la calidad de sus productos y/o servicios con el objetivo de obtener satisfacción del cliente. Por lo tanto, se ha prestado mucha atención académica a la relación entre la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los últimos años, aunque la naturaleza de la relación exacta todavía no está clara. En este estudio, se aborda esta relación en el contexto de un destino turístico y los resultados han mostrado que existen vínculos entre las variables que contribuyen a la calidad y la satisfacción del cliente. Palabras clave: Gestión de Calidad, Satisfacción del Cliente, Destino Turístico, Ecuaciones Estructurales.

Ahora bien, otra investigación que sirvió como modelo para la creación de las estrategias propuestas, es la siguiente de Ulloa (2019), titulada “Gestión de calidad y

satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro telecomunicaciones, Otuzco 2019”; cuyo objetivo de esta investigación fue determinar las características de la Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente como factor relevante para proponer mejoras en las micro y pequeñas empresas de servicios de telecomunicaciones de Otuzco en 2019. Se empleó una metodología de diseño no experimental, transversal y descriptivo con una muestra de 02 Mypes de telecomunicaciones en el distrito de Otuzco. Se aplicó un cuestionario compuesto por 19 preguntas, y los resultados obtenidos indicaron que el 100% de los representantes conocen el término Gestión de Calidad y la técnica moderna de atención al cliente. Asimismo, se concluyó que el 100% de las Mypes tienen dificultades para implementar la Gestión de Calidad debido a la escasa iniciativa del personal administrativo y que utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento. Por otro lado, se determinó que el 100% de los clientes están satisfechos con los elementos tangibles y con la seguridad que reciben.

Para finalizar, el estudio de Ospino (2022), en su investigación denominada “Aplicación del modelo E-S-Qual en una empresa de Red de Telefonía Celular en el municipio de Valledupar”, la cual insta a la utilización de una nueva metodología para medir la gestión de servicios y propone la aplicación de un modelo para evaluar la calidad de los servicios electrónicos propuestos por Parasuraman, Zeithaml y Malhotra en 2005. El objetivo era identificar los puntos débiles de la organización para mejorar sus servicios electrónicos. Se creó una escala con un porcentaje mínimo de respuestas para una muestra no probabilística y de conveniencia de doscientos clientes, con cuatro dimensiones, diez indicadores y veintidós ítems para responder a los tres objetivos propuestos. La metodología de la investigación fue cuantitativa, de campo y transversal. Se tomó en cuenta la población total de usuarios que buscaban servicios y productos de la empresa, y se eligió una muestra de doscientas personas para que llenaran el instrumento de recolección de datos. Los datos estadísticos fueron analizados con el software Excel.

En este sentido, se considera la relevancia de los antecedentes utilizados para la elaboración de este estudio, así como el acceso hacia una visión más amplia del proceso de gestión de calidad en cuanto a la funcionalidad empresarial. Se estima la pertinencia de la investigación y utilidad para estudios futuros en el campo de las telecomunicaciones y servicio técnico.

## **Identificación De La Problemática**

Durante el 2020, Apple, Samsung y Xiaomi se han posicionado en la cima del mercado de ventas de celulares. Mientras Apple alcanzó aproximadamente 25 millones de unidades vendidas, Samsung logró 19 millones y Xiaomi 16 millones. El estudio de e-Commerce realizado en 2019 mostró que el celular es el dispositivo más usado para realizar compras de bienes y servicios en línea, con un 58%; seguido del computador portátil con 25%, computador de escritorio con 15% y el 2% restante corresponde a la tableta. Un 49% de las personas usa su dispositivo móvil para realizar compras y pagarlos en línea, mientras que el 51% restante prefiere hacer el pedido online y pagar en canales offline como casas u oficinas (Miranda, 2021).

El uso de teléfonos celulares se ha incrementado notablemente durante la última década, según una encuesta realizada en 2018 por el (INDEC) (1968), el 79% de las comunidades urbanas tienen celular con acceso a Internet, lo que indica la incorporación de estos dispositivos en la cotidianidad de la población, permitiendo tener acceso a un sinnúmero de datos y posibilidades informativas. En este sentido, las empresas de telecomunicaciones se convierten en un sector de gran demanda a nivel comercial y con gran responsabilidad en la gestión de calidad local e internacional, en virtud de que proveen la resolución de problemáticas tecnológicas para el desempeño laboral e interpersonal de los usuarios.

En cuanto al Ecuador, es importante mencionar que según cifras de (CONECEL) (1993) Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones, el 90% de la población actual son usuarios de empresas operadoras, de las cuales 53% son clientes directos de este. En respuesta a la demanda nacional, en 2019 se ejecuta el plan “Ecuador Digital”, que consiste en dirigir al país hacia una economía tecnológica, fomentando la eficiencia de la gestión administrativa; con el que se intenta avanzar en tres aspectos fundamentales: Conexión, eficiencia y competitividad. Referente a la calidad de servicios y satisfacción del cliente, según datos recogidos por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (ARCOTEL) (2015), el mayor descontento de la población es respecto a las fallas de inconsistencia del Internet.

Los principales proveedores de estos servicios son Movistar y Claro. No obstante, el costo de la reparación es considerable y el tiempo de entrega de los dispositivos

reparados es excesivamente lento, lo cual ha motivado la creación de empresas de reparación de celulares. Según la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, para finales del 2022 existían 18,3 millones de líneas de telefonía móvil activas, cifra superior a los 17 millones de ecuatorianos. Debido al aumento del impuesto a la importación de teléfonos móviles y equipos electrónicos, el costo de estos aumenta, pero existen teléfonos con diferentes precios y calidades para adaptarse a todos los bolsillos. Para alargar la vida útil de los teléfonos, muchas personas optan por repararlos, en lugar de comprar uno nuevo (Estupiñán V. , 2019).

Las constantes actualizaciones de los modelos de teléfonos, al ser indispensables para su uso, han llevado a las empresas a buscar la conveniencia en precio, tecnología y vida útil. Esta circunstancia ha convertido a la venta de teléfonos en una de las industrias más grandes del mundo, dado que resultan muy demandados por ser un elemento necesario para la vida cotidiana. A pesar de esto, los teléfonos están sujetos a daños o requieren mantenimiento debido a su uso constante, por lo que se presenta una necesidad continua de reparaciones y mantenimiento.

En este orden de ideas, es importante indicar que para la presente investigación se va a considerar a la importadora Manzana Rota, ubicada en la ciudad de Ambato; la cual se dedica a la venta, importación y reparación de accesorios, tecnología de equipos celulares. Es necesario mencionar que la empresa se ha manejado a nivel empírico y experiencia de su titular, sin embargo, no se ha tomado en cuanto a índices de satisfacción a los clientes en base a los servicios solicitados, no se conoce los índices de puntualidad en la entrega de los dispositivos, no se sabe el grado de experiencia y experticia de los operadores de servicio, no se sabe el nivel de posicionamiento de la empresa, no se sabe los datos sobre aumento o disminución de clientes. En virtud de aquello, no es posible delimitar las áreas de oportunidad para mejorar el servicio de reparación de equipos celulares, lo cual se podrá lograr a través del análisis de los procesos y los recursos necesarios para verificar la calidad en el servicio y la incidencia en la satisfacción del cliente.

## **Metodología, Técnicas e Instrumentos**

### **Tipo y Enfoque de Investigación**

El enfoque cuali-cuantitativo de la investigación es una metodología relativamente nueva que combina los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación para obtener una mejor comprensión de un tema. Esta metodología se ha convertido en una herramienta invaluable para los investigadores, ya que permite una visión más amplia y profunda de un tema en particular. En primer lugar, una de las principales diferencias entre los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación es el enfoque de los datos.

Los métodos cualitativos se basan en el análisis de la información a través de la observación, entrevistas, diarios, etc. Por otro lado, los métodos cuantitativos se basan en el análisis de datos numéricos a través de estadísticas, encuestas, etc. El enfoque cuali-cuantitativo de la investigación se basa en el uso de ambos enfoques para obtener una comprensión más profunda de un tema. En lugar de centrarse exclusivamente en los datos numéricos, se incluyen datos cualitativos tales como opiniones, percepciones y sentimientos (Vega, 2014).

Esto permite a los investigadores obtener una mejor comprensión de los motivos detrás de los datos numéricos. Uno de los principales beneficios de este enfoque de la investigación es que permite a los investigadores obtener una visión más holística de un tema. Esto es especialmente útil si se está tratando de estudiar un tema complejo como la salud mental, donde hay aspectos cualitativos y cuantitativos por igual.

El enfoque cuali-cuantitativo de la investigación permite a los investigadores examinar el tema desde todos los ángulos, lo que les ayuda a comprenderlo mejor. Otro beneficio de este enfoque es que permite a los investigadores abordar los temas desde diferentes perspectivas. El enfoque cuali-cuantitativo de la investigación permite a los investigadores obtener una comprensión más profunda de los motivos detrás de una tendencia o patrón en los datos numéricos. Esto permite a los investigadores abordar el mismo tema desde diferentes ángulos para obtener una mejor comprensión de él.

También es importante mencionar que el enfoque cuali-cuantitativo de la investigación ofrece a los investigadores una mayor flexibilidad. Al combinar ambos métodos de investigación, los investigadores pueden ajustar el enfoque según sea necesario para obtener los mejores resultados. Esto significa que los investigadores pueden incluir o excluir información según sea necesario para obtener una mejor comprensión de los temas que están investigando (Sánchez, 2019).

Finalmente, el enfoque cuali-cuantitativo de la investigación es una herramienta invaluable para los investigadores. Esta metodología permite a los investigadores obtener una mejor comprensión de un tema, así como una visión más amplia y profunda. Además, el enfoque cuali-cuantitativo de la investigación ofrece una mayor flexibilidad en la toma de decisiones sobre qué datos incluir o excluir. Estas son algunas de las razones por las cuales el enfoque cuali-cuantitativo de la investigación se ha convertido en una herramienta invaluable para los investigadores.

## **Métodos, Técnicas e Instrumentos**

### **Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica es una forma de investigación académica en la cual el estudiante recopila información relevante sobre un tema específico a través de la lectura de libros, revistas, artículos de diarios y otros materiales de referencia. Esta forma de investigación se realiza comúnmente como parte del proceso de escribir un trabajo académico o para preparar una presentación.

La investigación bibliográfica se puede realizar en línea o en una biblioteca, lo que significa que es accesible para cualquiera que tenga acceso a la Internet. Una de las ventajas de la investigación bibliográfica es que le permite a uno tener una visión general de un tema antes de profundizar en él. Esto significa que el investigador puede obtener información sobre el tema desde varios ángulos, lo que le da una mejor comprensión de él (Vallejo, 2020).

Esta visión global también es útil para determinar qué información es relevante para el tema que se está investigando. Esto significa que el investigador no desperdiciará su tiempo y esfuerzo estudiando información irrelevante. La investigación bibliográfica también permite al investigador encontrar nuevas ideas y perspectivas. Al leer diversos

materiales de referencia, el investigador puede comenzar a ver un tema desde una nueva perspectiva. Esto ayuda a los estudiantes a tener una mejor comprensión del tema que están investigando y les da una nueva perspectiva para abordar el tema. A la hora de realizar una investigación bibliográfica, es importante que el investigador se tome el tiempo para leer diversos materiales de referencia.

Esto significa que el investigador debe leer libros, revistas y otros materiales de referencia para obtener información relevante. Esto ayuda al investigador a tener una mejor comprensión del tema y permite que el investigador vea el tema desde varios ángulos diferentes. También es importante que el investigador tome notas sobre lo que ha leído, para que luego pueda recordar la información si es necesario. La investigación bibliográfica también debe ser realizada de manera sistemática. Esto significa que el investigador debe tener un plan para la recopilación de información y seguir una línea de investigación (Mendoza, 2019).

Esto ayuda al investigador a mantenerse enfocado en el tema y asegurarse de que obtiene la mejor información posible. También significa que el investigador debe hacer preguntas relevantes y buscar respuestas a las mismas. Esto asegura que el investigador está recopilando la información correcta. Finalmente, la investigación bibliográfica es una forma importante de obtener información relevante para un tema. Esta forma de investigación es útil para obtener una visión general del tema, encontrar nuevas ideas y perspectivas, y mantenerse enfocado en el tema. Esta forma de investigación es esencial para cualquier trabajo académico y es una habilidad importante para cualquier profesional. Si uno quiere ser exitoso en su carrera, debe aprender a realizar investigación bibliográfica de una manera organizada y sistemática.

### **Investigación de Campo**

La investigación de campo es una forma importante de recopilar datos para una variedad de investigaciones científicas. Esta técnica de investigación se ocupa de la recopilación de datos directamente de los participantes en un estudio, en lugar de recopilar datos a través de una fuente secundaria como una encuesta o una base de datos. Esta técnica de investigación es única en que permite al investigador estudiar a los participantes en su entorno natural y ver cómo se comportan en una situación real.



Esta forma de investigación es muy valiosa para entender mejor los comportamientos humanos, así como para obtener información más precisa sobre un tema. Uno de los principales beneficios de la investigación de campo es que ofrece al investigador una perspectiva directa de los participantes. Esto significa que el investigador puede ver cómo se comportan los participantes en una situación real, que no está influenciada por la respuesta de una encuesta o por la recopilación de datos a través de un instrumento estandarizado (Miranda, 2021).

Esto significa que el investigador puede obtener una imagen más precisa de los patrones de comportamiento de los participantes. Por ejemplo, un investigador puede observar cómo los participantes interactúan entre ellos y cómo responden a una situación en particular. Esto puede ser especialmente útil a la hora de estudiar comportamientos sociales, como las relaciones entre personas o grupos. Además, la investigación de campo puede ser útil para entender mejor cómo los participantes ven y experimentan su entorno. Esto significa que los investigadores pueden recopilar datos de primera mano sobre cómo los participantes experimentan su entorno, incluidas sus percepciones, sentimientos y creencias.

Esto puede ser muy útil para los investigadores que estudian fenómenos sociales, ya que les permite obtener una comprensión más profunda de cómo los participantes ven y experimentan su entorno y cómo esto afecta su comportamiento. Otro beneficio de la investigación de campo es que los investigadores pueden recopilar datos de primera mano sobre cómo los participantes interactúan con su entorno. Esto significa que los investigadores pueden recopilar datos sobre cómo los participantes usan, interactúan y experimentan el entorno en el que están. Esto puede resultar útil para los investigadores que estudian cómo los factores ambientales afectan a los comportamientos humanos. Por ejemplo, un investigador puede recopilar datos sobre cómo los participantes se relacionan con sus vecinos y cómo estas relaciones influyen en el comportamiento de los participantes (Ortiz, 2021).

Esto puede ayudar a los investigadores a comprender mejor cómo los factores ambientales influyen en el comportamiento humano. Sin embargo, es importante señalar que la investigación de campo también presenta ciertos desafíos. Por ejemplo, la recopilación de datos de primera mano puede ser difícil y tiempo consumiendo. Los investigadores deben asegurarse de que los datos recopilados sean precisos y que los

participantes estén cómodos con la recopilación de datos. Los investigadores también deben asegurarse de que la información recopilada sea representativa de la población objetivo.

En resumen, la investigación de campo es una herramienta de investigación única que ofrece al investigador una perspectiva directa de los participantes. Esta técnica de investigación ofrece al investigador la oportunidad de recopilar datos de primera mano sobre cómo los participantes interactúan con su entorno y cómo estas interacciones afectan a su comportamiento. Esta forma de investigación también presenta algunos desafíos, como la recopilación de datos precisos y representativos. Sin embargo, si se usa correctamente, la investigación de campo puede ser una herramienta invaluable para entender mejor los comportamientos humanos.

### **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva es uno de los métodos de investigación más populares y útiles en la actualidad. Se utiliza para explorar y describir un determinado objeto de estudio, normalmente de forma estadística. Esta metodología se basa en recopilar datos y analizarlos detalladamente para poder obtener una descripción precisa de la situación generada. Esta información es útil para la toma de decisiones y la generación de conocimiento.

La investigación descriptiva es una rama de la investigación científica que se utiliza para recoger y analizar datos. Esta técnica se basa en evaluar y describir los fenómenos basándose en la información recopilada. Esto se hace mediante la aplicación de métodos estadísticos y analíticos. A través de esta técnica, los investigadores pueden obtener información sobre la magnitud, distribución y características de los fenómenos estudiados (Ramos, 2020).

La investigación descriptiva tiene una variedad de aplicaciones. Por ejemplo, se puede utilizar para estudiar la distribución y el comportamiento de una población, la tendencia de un fenómeno a lo largo del tiempo, la frecuencia de una actividad, etc. Esta información es útil para la toma de decisiones y la generación de conocimiento. La investigación descriptiva se lleva a cabo de una forma sistemática. Primero se recopilan los datos necesarios para el estudio.

Esto puede incluir encuestas, entrevistas, observaciones, análisis de documentos, etc. Una vez recopilada la información, se procede a su análisis. Esto implica la aplicación de técnicas estadísticas y analíticas para obtener conclusiones. Estas conclusiones pueden ser útiles para comprender el objeto de estudio y tomar decisiones informadas. La investigación descriptiva es una forma eficaz de recopilar y analizar datos. Esta técnica ofrece una gran cantidad de información útil sobre cualquier objeto de estudio. Esta metodología es ampliamente utilizada en muchos campos, desde la salud hasta la educación. Gracias a esta técnica, se pueden obtener datos precisos y confiables para tomar decisiones informadas.

### **Investigación Correlacional**

La investigación correlacional es un área de la investigación científica que se centra en el estudio de la relación entre dos o más variables. La investigación correlacional se utiliza para determinar si hay una relación entre dos o más variables y para determinar la fuerza y la dirección de esa relación. Esta área de investigación se basa en el principio de que una variable puede influir en el valor de otra. Esta disciplina proporciona información importante para los científicos que quieren entender mejor los fenómenos naturales y sociales.

En la investigación correlacional, se recopilan datos sobre dos o más variables y se examinan para buscar un patrón o relación. Esta correlación se evalúa a través de un coeficiente de correlación, que es un número que fluctúa entre -1 y 1. Un coeficiente de correlación de 1 significa que hay una fuerte correlación positiva entre las variables, lo que significa que cuando una variable aumenta, la otra variable también aumenta. Un coeficiente de correlación de -1 significa que hay una fuerte correlación negativa entre las variables, lo que significa que cuando una variable aumenta, la otra variable disminuye (Medina, 2021).

La investigación correlacional se utiliza para determinar si hay una relación entre dos o más variables, pero no para determinar la causa y el efecto. Esta disciplina se utiliza comúnmente para medir la asociación entre dos variables, como: el peso y la altura de una persona, el ingreso y el nivel de educación de una persona, la edad y el consumo de alcohol, y la actividad física y el nivel de salud.

Todos estos son ejemplos de variables que se pueden correlacionar. La investigación correlacional también se utiliza para evaluar el impacto de una variable en otra. En general, la investigación correlacional es una herramienta valiosa para los científicos que quieren entender mejor los fenómenos naturales y sociales. Esta disciplina se utiliza para determinar si hay una relación entre dos o más variables, para evaluar el impacto de una variable en otra y para determinar la fuerza y la dirección de esa relación. Esto ayuda a los científicos a obtener una mejor comprensión de los fenómenos naturales y sociales y también ayuda a los científicos a tomar decisiones informadas para abordar problemas sociales y científicos.

### **Población y muestra**

La población objeto de estudio para la presente investigación son los clientes de la importadora Manzana Rota. Por lo tanto, se procederá a calcular la muestra:

### **Fórmula para el cálculo de la muestra:**

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

En dónde:

n= tamaño de la muestra

N= 189 (población)

E= 0,1

Después de reemplazar los valores se obtendrá lo siguiente:

$$n = \frac{189}{(0,1)^2(189 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{189}{0,01 (190) + 1}$$

$$n = \frac{189}{1,9 + 1}$$

$$n = \frac{189}{2,9}$$

$$n = 65,17$$

En este caso la muestra será de 65 clientes de la importadora Manzana Rota

### **Técnica de Recolección de Datos**

El cuestionario es un instrumento de recolección de datos fundamental en la investigación de enfoque cuantitativo. Esta herramienta permite al investigador obtener datos estructurados y precisos que pueden ser analizados con una mayor profundidad. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas elaboradas de forma cuidadosa y estructurada que se aplica a una muestra de personas para obtener información acerca de un tema específico.

Estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas, dependiendo del tipo de información que se desea obtener. Las preguntas abiertas permiten al entrevistado proporcionar información detallada y permiten a los investigadores comprender mejor el tema en profundidad. Por otro lado, las preguntas cerradas permiten al investigador recopilar datos estructurados y fácilmente analizables. Los cuestionarios son adecuados para la recolección de datos en la investigación de enfoque cuantitativo debido a su naturaleza estructurada y su habilidad para proporcionar a los investigadores datos cuantificables (Delgado, 2021).

Esta información puede ser procesada con mayor facilidad y los resultados pueden ser expresados en términos estadísticos. Esto permite a los investigadores establecer relaciones entre las variables que están estudiando y analizar los datos de forma más precisa. Para la recolección de datos exitosa con un cuestionario, es importante para el investigador formular preguntas adecuadas para obtener la información deseada. La redacción de preguntas claras y precisas es fundamental para obtener resultados confiables y evitar la ambigüedad.

Las preguntas deben ser formuladas de tal manera que puedan ser entendidas por los entrevistados de manera uniforme. Además, el cuestionario debe ser diseñado de forma tal que el orden de las preguntas no influya en la respuesta de los entrevistados. Además, es importante tener en cuenta el tamaño de la muestra al diseñar el cuestionario.

El tamaño de la muestra determina la cantidad de información que se puede obtener de los participantes. Si la muestra es demasiado pequeña, los resultados pueden ser poco fiables. Por otro lado, si la muestra es demasiado grande, puede resultar costosa y difícil de procesar.

Por lo tanto, es importante determinar el tamaño adecuado de la muestra antes de diseñar el cuestionario. Además, el investigador debe garantizar que los participantes sean representativos de la población en estudio. Esto se puede lograr a través de la selección de la muestra adecuada. Esto implica elegir una muestra equitativa que refleje la distribución de la población. Esto asegurará que los resultados obtenidos sean válidos y que sean una buena representación de la población en estudio. Por último, es importante garantizar que los resultados obtenidos a través del cuestionario sean confiables. Esto se logra asegurando que los datos recopilados sean representativos de la población en estudio y que los resultados sean consistentes y consistentes con los resultados de otros estudios similares (Vallejo, 2020).

Además, los resultados deben ser comprobados para asegurar que los datos sean precisos. Esto se puede lograr a través de la validación de los datos a través de la realización de pruebas estadísticas. En conclusión, el cuestionario es una herramienta de recolección de datos importante para la investigación de enfoque cuantitativo. Esta herramienta permite al investigador obtener datos precisos y estructurados que pueden ser analizados con una mayor profundidad. Para obtener resultados confiables, es importante diseñar el cuestionario adecuadamente y asegurarse de que la muestra y los datos sean representativos de la población en estudio. Además, los resultados deben ser comprobados para asegurar su confiabilidad.

### **Procesamiento y Análisis de la Información**

El software Statistical Package for the Social Sciences, también conocido como SPSS, es una herramienta de análisis estadístico ampliamente utilizada en el ámbito de la investigación social y educativa. Esta herramienta ayuda a los investigadores a recopilar, organizar, analizar y presentar datos estadísticos para su trabajo. El software SPSS se ha utilizado durante mucho tiempo para realizar análisis estadísticos y su funcionalidad se ha mejorado con el tiempo.

La interfaz del software SPSS es intuitiva y fácil de usar para los investigadores con un nivel básico de conocimientos de estadística. Esto facilita el proceso de análisis de datos. El software SPSS puede procesar datos estadísticos en diferentes formatos, como Excel, CSV, SPSS y otros formatos de datos estadísticos. El software también ofrece una variedad de herramientas avanzadas para realizar análisis estadísticos, como regresión, análisis de varianza y análisis de supervivencia. Además, el software SPSS es compatible con una variedad de herramientas de análisis estadístico, como SAS, Stata, R y S-Plus.

Esto permite a los investigadores combinar y comparar los resultados de diferentes herramientas de análisis. El software SPSS también admite la importación y exportación de datos desde diferentes fuentes, lo que facilita el proceso de análisis de datos. El software SPSS también incluye una variedad de funciones para ayudar a los investigadores a explorar y visualizar los datos recopilados. Esto incluye gráficos, tablas y herramientas de análisis para ayudar a los investigadores a comprender los datos. Estas herramientas permiten a los investigadores obtener una comprensión a profundidad de los datos y ver cómo se relacionan entre sí (Estupiñán, 2022).

Por último, el software SPSS es una herramienta de análisis estadístico muy útil para los investigadores, ya que le permite ahorrar tiempo y esfuerzo al procesar y analizar datos estadísticos. El software SPSS es una herramienta versátil y fácil de usar que permite a los investigadores ahorrar tiempo y esfuerzo al recopilar, organizar, analizar y presentar datos estadísticos. Esta herramienta es una de las herramientas de análisis estadístico más utilizadas en el ámbito de la investigación social y educativa.

**Tabla 1***Matriz de congruencia de las variables*

<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>CATEGORÍAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>TÉCNICAS</b>
Gestión de calidad: La gestión de la calidad es una filosofía empresarial que toma en cuenta los procesos y productos de una empresa para asegurar que cumplan con los estándares de calidad establecidos. Esto se logra mediante la implementación de un conjunto de herramientas y estrategias para mejorar la eficiencia de los procesos y productos de una organización.	Estrategias de calidad  Modelo de gestión  Liderazgo  Satisfacción del cliente	Posicionamiento  Servicio  Satisfacción	¿Cómo califica el servicio brindado por la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?  ¿La empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, ha cumplido con los tiempos de entrega que han ofrecido?  ¿Cómo califica el tiempo de reparación de dispositivos en la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?  ¿Cree que la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cuenta con repuestos de calidad?  ¿Le ofrecen garantía en la reparación y repuestos en la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?	Encuesta Instrumento Cuestionario



<p>Satisfacción del cliente: La satisfacción del cliente es un término usado para describir la percepción de una persona sobre el producto o servicio que ha recibido. Esta percepción generalmente se basa en una variedad de factores, como la calidad, el precio, la rapidez de entrega y el servicio al cliente. La satisfacción del cliente es uno de los factores clave para el éxito de una empresa, ya que una empresa con un alto nivel de satisfacción de los clientes tendrá más probabilidades de retener a sus clientes actuales y atraer nuevos.</p>	Servicio	% percepción del servicio	<p>¿En qué grado cree que los operadores de servicio de la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cuentan con experiencia y experticia en arreglo y mantenimiento de dispositivos?</p> <p>¿Recomendaría los servicios de la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, a su círculo social y de familiares?</p> <p>¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?</p> <p>¿Qué nivel de posicionamiento, en relación a otras empresas, piensa que se encuentra la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?</p> <p>¿Cree necesario que la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cambie su visión en cuanto al ofrecimiento de sus servicios?</p>	<p>Encuesta Instrumento Cuestionario</p>
	Frecuencia	% de clientes satisfechos		
	Medida	% recomendación		
	Recomendación	# beneficios recibidos		
	Beneficios			

**Nota:** Matriz de congruencia de variables.

## **Preguntas de Investigación**

¿Cómo se determina la incidencia de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes de la Importadora Manzana Rota?; ¿Cómo se fundamenta teóricamente la gestión de calidad en los servicios de atención al cliente?; ¿Cuál es el grado de satisfacción del cliente en la Importadora Manzana Rota?; ¿Qué parámetros se deben tomar para elaborar una propuesta con visión sistemática de los componentes del servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes de la importadora Manzana Rota?.

## Capítulo I

### 1.- Marco Teórico

#### 1.1.- Concepto de Estrategia

El concepto de estrategia es uno de los términos más importantes en el ámbito de la administración de empresas. Se trata de una forma de pensamiento y de planificación de la empresa, que puede ser aplicada tanto a aquellas empresas que se encuentran en una situación de crecimiento como a aquellas que se encuentran en situaciones más difíciles, como la bancarrota. La estrategia de una empresa se define como el plan de acción que se desarrolla para alcanzar los objetivos de la organización.

Esto implica una planificación detallada de los recursos, tiempo y esfuerzo para lograr los resultados deseados. Es decir, la estrategia es una forma de organizar la información, el conocimiento y el trabajo para alcanzar los objetivos de la empresa. La estrategia se puede dividir en dos componentes principales: la dirección estratégica y la implementación de la estrategia. La dirección estratégica consiste en el diseño de la estrategia, el análisis de la situación actual de la empresa y la identificación de los objetivos a alcanzar (Romero, 2020).

Esta fase implica una evaluación de los recursos y el entorno para determinar cómo se pueden alcanzar los objetivos con el uso de los recursos disponibles. La implementación de la estrategia es la acción que se lleva a cabo para alcanzar los objetivos establecidos en la dirección estratégica. Esta fase implica la planificación de los recursos, la asignación de recursos y la toma de decisiones. Una estrategia bien diseñada debe abordar los objetivos de la empresa de manera holística.

Esto significa que debe tener en cuenta el entorno en el que la empresa opera, las fortalezas y debilidades de la empresa, los competidores y el mercado en el que la empresa se encuentra. Además, debe considerar la asignación de recursos, la planificación de finanzas y la planificación de operaciones. Es decir, la estrategia debe ser diseñada considerando todos los aspectos de la empresa, desde los recursos humanos hasta la tecnología (Lora, 2020).

Una estrategia bien diseñada también debe ser flexible y adaptable a los cambios en el entorno, los competidores y el mercado. Esto significa que la estrategia debe estar

adaptada a los cambios en el entorno y los cambios en la industria. Por ejemplo, la estrategia de una empresa debe estar preparada para abordar los cambios en la tecnología, los competidores, las tendencias del mercado y los cambios en las leyes y políticas.

La estrategia también debe ser clara y comprensible para todas las partes implicadas. Esto significa que los objetivos, metas y políticas deben ser fácilmente entendidos por todos los miembros de la empresa. Esto contribuirá a garantizar el éxito de la estrategia, ya que los miembros de la empresa tendrán una comprensión clara de los objetivos y de cómo alcanzarlos.

Finalmente, la estrategia debe ser monitoreada y evaluada para asegurar que se estén alcanzando los objetivos establecidos. Esto significa que el progreso de la estrategia debe ser monitoreado para garantizar que se está avanzando hacia el éxito. Esto implica evaluar los resultados de la estrategia, identificar los problemas y realizar los ajustes necesarios para garantizar el éxito. En definitiva, el concepto de estrategia es una forma de pensamiento y planificación para alcanzar los objetivos de la empresa. Esto implica el diseño de una estrategia, el análisis de la situación actual, la identificación de los objetivos, la asignación de recursos y la toma de decisiones. Además, la estrategia debe ser flexible y adaptable a los cambios en el entorno y el mercado, clara y comprensible para todos los implicados y monitoreada y evaluada para asegurar el éxito. El éxito de una empresa depende en gran medida de la calidad de su estrategia, por lo que es importante que se tome el tiempo necesario para diseñar una estrategia sólida y efectiva.

## **1.2.- Las Estrategias de Calidad**

El concepto de estrategias de calidad se ha convertido en uno de los temas más importantes dentro de la gestión empresarial. Estas estrategias son un conjunto de acciones y procesos planificados para mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por una empresa. En este apartado, se definirá el concepto de estrategias de calidad y se explicará por qué son tan importantes para el éxito empresarial.

En primer lugar, es importante entender qué se entiende por calidad. La calidad se refiere a la satisfacción de las necesidades de los clientes, garantizando que los productos y servicios cumplan los requisitos establecidos por la empresa. Esto significa que una empresa debe prestar atención a los requisitos de sus clientes y proporcionar productos y servicios que se ajusten a ellos. Esto asegura que los clientes estén satisfechos con los

productos y servicios de la empresa y, por lo tanto, sean más propensos a volver a comprar (Collantes, 2020).

Las estrategias de calidad están diseñadas para mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por una empresa. Estas estrategias incluyen la implementación de procesos estandarizados, el uso de mejores prácticas y la adopción de un enfoque de mejora continua. Estas estrategias ayudan a una empresa a asegurarse de que los productos y servicios sean de la más alta calidad, lo que mejora la satisfacción de los clientes y reduce los costes de producción.

Las estrategias de calidad son esenciales para el éxito empresarial. Estas estrategias ayudan a una empresa a asegurarse de que sus productos y servicios sean competitivos y se destaquen entre los de la competencia. Esto es especialmente importante en un mercado cada vez más globalizado y competitivo, en el que los clientes tienen más opciones para elegir. Al asegurarse de que los productos y servicios sean de la más alta calidad, una empresa se destacará y tendrá una mejor posición en el mercado.

Las estrategias de calidad también ayudan a una empresa a ahorrar costes. A medida que una empresa mejora la calidad de sus productos y servicios, también reduce los costes de producción. Esto se debe a que los productos y servicios de mejor calidad son más fáciles de fabricar y requieren menos materiales para producir. Por lo tanto, una empresa puede reducir sus costes de producción al mejorar la calidad de sus productos y servicios (Del Carmen, 2019).

En definitiva, el concepto de estrategias de calidad es uno de los temas más importantes dentro de la gestión empresarial. Estas estrategias ayudan a una empresa a asegurarse de que los productos y servicios sean de la más alta calidad, lo que mejora la satisfacción de los clientes y reduce los costes de producción. Esto es esencial para el éxito empresarial, ya que ayuda a una empresa a destacarse entre la competencia y ahorrar costes al mismo tiempo.

### **1.3.- Concepto de Calidad**

El concepto de calidad es uno de los más importantes conceptos en el mundo de los negocios. No se trata solamente de la calidad de los productos y servicios, sino también de la calidad de la gestión, la calidad de la atención al cliente y la calidad de la

comunicación con los stakeholders. El concepto de calidad se refiere a un conjunto de características o cualidades que un producto o servicio debe tener para cumplir con los requisitos y expectativas de los clientes.

En la actualidad, el concepto de calidad está relacionado con aspectos como la fiabilidad, la seguridad, la sostenibilidad, la salud y la seguridad, entre otros. Estos aspectos se deben tener en cuenta a la hora de diseñar, fabricar y distribuir un producto o servicio. Esto se debe a que la calidad es un factor clave para el éxito de un negocio. Si los clientes perciben que un producto o servicio no cumple con los requisitos de calidad, es muy probable que no vuelvan a comprarlo (Izquierdo, 2021).

Por otro lado, la calidad también se refiere a la satisfacción de los clientes. Esto se refiere a cómo los clientes perciben el producto o servicio. Si un producto o servicio cumple con los requisitos de calidad, pero los clientes no están satisfechos con él, es posible que el negocio no tenga éxito. Por lo tanto, la satisfacción de los clientes es un factor importante para la calidad.

Además, la calidad está relacionada con la gestión de calidad. Esto se refiere a los procesos y estándares que una empresa debe seguir para asegurar que sus productos y servicios cumplan con los requisitos de calidad. Estos procesos y estándares pueden incluir el control de calidad, los procesos de fabricación, la formación de los empleados y la gestión de recursos. Todos estos procesos son importantes para garantizar que un producto o servicio cumple con los requisitos de calidad.

Finalmente, el concepto de calidad se relaciona con la gestión de riesgos. Esto se refiere a la identificación y gestión de los riesgos que pueden afectar la calidad de un producto o servicio. Estos riesgos pueden incluir problemas de diseño, errores en la producción, problemas en la distribución y problemas de seguridad. Es importante que las empresas identifiquen y gestionen estos riesgos para garantizar la calidad de sus productos y servicios (Bustamante, 2019).

En resumen, el concepto de calidad es uno de los conceptos más importantes en el mundo de los negocios. Se refiere al conjunto de características o cualidades de un producto o servicio que cumplen con los requisitos y expectativas de los clientes. La calidad también está relacionada con la satisfacción de los clientes, la gestión de calidad

y la gestión de riesgos. La comprensión de estos conceptos es esencial para el éxito de un negocio.

#### **1.4.- La Gestión de Calidad**

La gestión de la calidad es una filosofía empresarial que toma en cuenta los procesos y productos de una empresa para asegurar que cumplan con los estándares de calidad establecidos. Esto se logra mediante la implementación de un conjunto de herramientas y estrategias para mejorar la eficiencia de los procesos y productos de una organización.

Existen muchas formas de gestión de calidad. La más común es la Gestión de la Calidad Total (TQM), que es un enfoque holístico que abarca todos los aspectos de la gestión de la calidad. Esta abarca desde la mejora de los procesos hasta el seguimiento de la satisfacción del cliente. Esto se logra mediante la identificación de los problemas de calidad, la mejora de los procesos y productos, y el seguimiento de los resultados. Una herramienta clave en la gestión de la calidad es el control de calidad (Ormaza, 2021).

Esto consiste en la aplicación de métodos y técnicas para asegurar que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos. Los controles de calidad pueden estar relacionados con el diseño, el proceso de fabricación, el almacenamiento y el transporte. Otra herramienta importante en la gestión de la calidad es el análisis de los datos de calidad. Esto implica el análisis de los datos de los productos para identificar problemas de calidad.

Esto permite a la empresa identificar y corregir los problemas antes de que afecten a los clientes. El análisis de datos de calidad también es importante para tomar decisiones estratégicas sobre la dirección de la empresa. Una tercera herramienta importante en la gestión de la calidad es la auditoría de calidad. Esto implica la evaluación de los procesos y productos de una organización para asegurar que cumplan con los estándares de calidad establecidos (Díaz, 2021).

Esto se logra mediante la realización de pruebas, inspecciones y análisis. La auditoría de calidad también se utiliza para identificar posibles áreas de mejora, para identificar áreas de riesgo y para identificar áreas donde se pueden aplicar estándares de calidad más altos. Otra herramienta importante en la gestión de la calidad es la gestión de

la calidad de los procesos. Esto implica el uso de procesos estandarizados para mejorar la eficiencia de los procesos de una organización. Esto se logra mediante la identificación de los procesos clave, la mejora de los procesos y el seguimiento de los resultados.

Un último elemento importante en la gestión de la calidad es la formación de los empleados. Esto se logra mediante la capacitación en los procesos, productos y normas de calidad establecidos. Esto permitirá a los empleados entender las normas de calidad y cómo aplicarlas para mejorar la calidad de los productos y servicios. En definitiva, la gestión de la calidad es una filosofía empresarial que toma en cuenta todos los aspectos de la calidad para asegurar que los productos y servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos. Esto se logra mediante la implementación de un conjunto de herramientas y estrategias para mejorar la eficiencia de los procesos y productos de una organización. Estas herramientas incluyen el control de calidad, el análisis de los datos de calidad, la auditoría de calidad, la gestión de la calidad de los procesos y la formación de los empleados. Estas herramientas permiten a una empresa identificar y corregir los problemas de calidad antes de que afecten a los clientes, mejorar la eficiencia de los procesos y productos y tomar decisiones estratégicas para mejorar la calidad de los productos y servicios.

### **1.5.- Modelo de Gestión**

Un modelo de gestión es un marco de trabajo utilizado para mejorar la eficiencia de una organización. Esto se logra mediante el uso de procesos, procedimientos y prácticas que se llevan a cabo para alcanzar objetivos estratégicos. El modelo de gestión también se conoce como el plan de gestión, el plan de dirección, el plan estratégico o el plan operativo. El objetivo principal de un modelo de gestión es proporcionar una estructura para la administración de una organización.

Esto se logra identificando los objetivos y metas de la empresa y formulando un plan para alcanzarlos. El plan de gestión también identifica los recursos necesarios para lograr los objetivos, como el personal, los recursos financieros y la infraestructura. El modelo de gestión también incluye una serie de procesos para monitorear, evaluar y mejorar el desempeño de la organización. Un modelo de gestión también debe considerar las personas que trabajan dentro de una organización (Izquierdo, 2021).



Esto incluye el desarrollo de una cultura organizacional que refleje los valores de la empresa y proporcione un entorno de trabajo motivador. El modelo de gestión también debe identificar y satisfacer las necesidades de los empleados, como la capacitación y el desarrollo. El modelo de gestión también debe abordar la gestión de los recursos financieros. Esto incluye la administración de los presupuestos de la organización, la administración de los ingresos y gastos y el control de los activos.

El modelo de gestión también debe abordar los riesgos financieros que enfrenta la organización. Esto puede incluir una estrategia de gestión de riesgos para minimizar el impacto de los riesgos en el desempeño de la empresa. Un modelo de gestión también debe abordar la gestión de la calidad. Esto se logra identificando y satisfaciendo las necesidades de los clientes mediante la implementación de procesos y procedimientos de calidad.

Asimismo, tiene que abordar la toma de decisiones, como la selección de productos, el desarrollo de nuevos productos y la asignación de recursos. El modelo de gestión también debe abordar la gestión de la información. Esto incluye la recopilación, el almacenamiento, el procesamiento y el análisis de la información para mejorar la eficiencia de la empresa. El modelo de gestión también debe abordar la gestión de la comunicación, como la comunicación interna, la comunicación externa y la comunicación con los clientes (Huertas, 2020).

En resumen, un modelo de gestión es un marco de trabajo que se utiliza para mejorar la eficiencia de una organización. Esto se logra mediante el uso de procesos, procedimientos y prácticas que se llevan a cabo para alcanzar los objetivos estratégicos. El modelo de gestión también debe abordar aspectos como la gestión de la calidad, la toma de decisiones, la gestión de los recursos financieros y la gestión de la información. El modelo de gestión también debe considerar el desarrollo de una cultura organizacional que refleje los valores de la empresa y proporcione un entorno de trabajo motivador. Un modelo de gestión eficaz puede mejorar significativamente el desempeño de una empresa, permitiéndole alcanzar sus objetivos estratégicos.

## **1.6.- El Modelo de Gestión Empresarial**

El modelo de gestión empresarial es un enfoque para la administración y gestión de la operación de una empresa. Está destinado a mejorar el desempeño de la empresa a

través de la definición de objetivos, la estructura organizacional, la formación de equipos de trabajo, la administración de recursos y la implementación de procesos de calidad. El modelo de gestión empresarial ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos a través de la identificación de los recursos necesarios, la definición de metas claras y la medición del desempeño.

Un modelo de gestión empresarial comienza con la definición de los objetivos y la misión de la empresa. Esta definición debe ser clara y específica para que todos los miembros de la empresa comprendan la visión y compartan el mismo objetivo. Esto ayuda a establecer una base común para el trabajo en equipo y el desarrollo de una cultura empresarial. Una vez definidos los objetivos y la misión, se definen los roles y responsabilidades de los miembros de la empresa (Acosta, 2020).

Esto ayuda a establecer una estructura clara para el trabajo en equipo, lo que a su vez ayuda a los miembros a comprender sus responsabilidades y cumplir con los requerimientos de la empresa. La estructura de la empresa también debe ser definida. Esta estructura debe incluir una jerarquía clara para ayudar a establecer responsabilidades específicas, así como líneas de autoridad y comunicación. Esto también ayuda a los miembros de la empresa a desarrollar relaciones de trabajo efectivas. El siguiente paso es la formación de equipos de trabajo que sean responsables de la realización de las tareas. Esto ayuda a los miembros de la empresa a trabajar de manera efectiva y eficaz.

Otro aspecto importante del modelo de gestión empresarial es el uso eficiente y eficaz de los recursos. Esto incluye el uso de la información, el análisis de los datos disponibles, la creación de presupuestos y la planificación a largo plazo. Estos pasos ayudan a los miembros de la empresa a mejorar la eficiencia de la empresa y a ahorrar costos. Además de estos pasos, el modelo de gestión empresarial también incluye la implementación de procesos de calidad. Esto incluye el uso de estándares de calidad para asegurar que los productos y servicios producidos cumplan con los requerimientos establecidos. Esto ayuda a la empresa a mantener un nivel de calidad constante y asegurar la satisfacción de los clientes (Cañar, 2021).

Finalmente, el modelo de gestión empresarial incluye la medición del desempeño. Esto ayuda a los miembros de la empresa a evaluar el éxito de la empresa y a identificar áreas de mejora. Esta medición puede incluir el uso de herramientas como encuestas y

estudios de satisfacción para obtener una mejor comprensión de los requerimientos de los clientes y la satisfacción de los mismos.

En definitiva, el modelo de gestión empresarial es un enfoque integral para la administración y gestión de la operación de una empresa. Está diseñado para mejorar el desempeño de la empresa a través de la definición de objetivos, la estructura organizacional, la formación de equipos de trabajo, la administración de recursos y la implementación de procesos de calidad. Esto ayuda a la empresa a alcanzar sus objetivos a través de la identificación de los recursos necesarios, la definición de metas claras y la medición del desempeño. El modelo de gestión empresarial es un enfoque importante para la gestión de una empresa exitosa.

### **1.7.- La Atención al Cliente**

La atención al cliente es una de las principales claves para la supervivencia y el éxito de cualquier empresa. Esto se debe a que el servicio al cliente forma parte de la imagen de marca y es uno de los principales factores por los que los consumidores deciden seguir comprando productos o servicios de una empresa en particular. En pocas palabras, una buena atención al cliente significa mejores resultados para la empresa, lo que a su vez contribuye a un crecimiento y un desarrollo sostenibles.

Dado que la atención al cliente es tan importante, las empresas deben asegurarse de que estén brindando un servicio de primera clase a sus clientes, ya sea a través de un equipo de atención al cliente, líneas telefónicas, correos electrónicos, chats en línea u otras plataformas. Esto significa que los empleados deben estar preparados para responder preguntas y resolver problemas de manera eficiente y efectiva. Esto también significa que los empleados deben ser capaces de comunicarse de manera clara y concisa, con el fin de garantizar que el cliente reciba el mejor servicio posible (Valenzuela, 2019).

Además, es importante que los empleados estén al tanto de los cambios en la industria y en el mercado, así como de los productos y servicios de la empresa. Esto significa que los empleados deben estar bien informados sobre los productos y servicios de la empresa, para que puedan responder preguntas de manera precisa y eficaz. Si los empleados tienen un buen conocimiento de los productos y servicios de la empresa, esto también puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente, ya que los clientes tendrán una mejor comprensión de lo que la empresa ofrece.

Por otro lado, una buena atención al cliente también significa que los empleados deben estar dispuestos a escuchar a los clientes. Esto significa que los empleados deben estar abiertos a recibir sugerencias y comentarios de los clientes, con el fin de mejorar los productos y servicios de la empresa. Esto también significa que los empleados deben ser amables y profesionales con los clientes, con el fin de garantizar que los clientes sientan que están recibiendo el mejor servicio posible.

Finalmente, una buena atención al cliente también significa que los empleados deben estar dispuestos a proporcionar un servicio excepcional. Esto significa que los empleados deben tomarse el tiempo para entender las necesidades y preferencias de los clientes, para que puedan ofrecer un servicio personalizado. Esto también significa que los empleados deben ser flexibles y estar dispuestos a hacer ajustes para satisfacer las necesidades de los clientes. Esto ayudará a asegurar que los clientes sientan que la empresa se preocupa por ellos y está dispuesta a satisfacer sus necesidades (Espinosa, 2020).

En conclusión, la atención al cliente es una parte integral de cualquier empresa exitosa. Si una empresa quiere tener éxito, es importante que se asegure de que los empleados estén bien informados sobre los productos y servicios de la empresa y estén dispuestos a proporcionar un servicio excepcional a los clientes. Los empleados también deben estar dispuestos a escuchar a los clientes y tomar en cuenta sus sugerencias y comentarios, con el fin de mejorar los productos y servicios de la empresa. Si una empresa puede lograr esto, entonces esta tendrá una gran oportunidad de tener éxito y crecer.

### **1.8.- La Satisfacción del Cliente**

La satisfacción del cliente es un término usado para describir la percepción de una persona sobre el producto o servicio que ha recibido. Esta percepción generalmente se basa en una variedad de factores, como la calidad, el precio, la rapidez de entrega y el servicio al cliente. La satisfacción del cliente es uno de los factores clave para el éxito de una empresa, ya que una empresa con un alto nivel de satisfacción de los clientes tendrá más probabilidades de retener a sus clientes actuales y atraer nuevos.

Comprender la satisfacción del cliente es uno de los pasos más importantes para garantizar el éxito de un negocio. La satisfacción del cliente comienza con la comprensión de sus necesidades y requerimientos. Una empresa debe asegurarse de que está ofreciendo

productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de sus clientes. Esto significa, en primer lugar, escuchar a los clientes para comprender sus necesidades y luego ofrecer productos y servicios que se adapten a ellas (Huertas, 2020).

Las empresas también deben prestar atención al servicio al cliente. Esto significa asegurarse de que los clientes estén recibiendo la atención adecuada y que sus preguntas o problemas sean tratados rápidamente. Esto puede incluir un servicio al cliente por teléfono, por correo electrónico o por chat en vivo. El servicio al cliente es una parte importante de la satisfacción del cliente, ya que a los clientes no les gusta sentirse ignorados cuando tienen un problema.

Además de ofrecer productos y servicios de alta calidad y un servicio al cliente excepcional, es importante que las empresas sean flexibles con sus precios. Los precios deben ser competitivos, pero también deben tener en cuenta el valor que los clientes obtienen de los productos y servicios. Esto significa que los precios deben ser asequibles para los clientes, y que los productos y servicios deben ofrecer un valor añadido que los haga destacar de la competencia (Acosta, 2020).

Finalmente, las empresas deben asegurarse de que los clientes sean recompensados por su lealtad. Esto significa ofrecer descuentos y promociones especiales a los clientes leales, así como recompensas por volver a comprar. Esto ayuda a fomentar la lealtad de los clientes, lo que contribuye a la satisfacción del cliente y al éxito de la empresa a largo plazo. En resumen, la satisfacción del cliente es un aspecto clave del éxito de una empresa. Las empresas deben estar comprometidas con la satisfacción de sus clientes al ofrecer productos y servicios de alta calidad, un servicio al cliente excepcional y precios competitivos. También deben recompensar a los clientes por su lealtad para ayudar a fomentar la satisfacción del cliente y el éxito a largo plazo. Al hacer todas estas cosas, las empresas pueden estar seguras de que tendrán una base de clientes satisfechos y leales que les ayudarán a alcanzar el éxito.

### **1.9.- El Liderazgo de Servicio**

El liderazgo de servicio comienza con el reconocimiento de la importancia de servir a los demás. Esto significa que los líderes deben tener el objetivo de servir a sus empleados, clientes, compañeros de trabajo, miembros de la comunidad y otros. Esto les permite tener una perspectiva de la situación desde una posición de servicio, en lugar de

una posición de autoridad. El liderazgo de servicio también implica la capacidad de motivar y guiar a otros para que realicen su trabajo de la mejor manera posible.

Un líder de servicio es alguien que está dispuesto a comprometerse con la satisfacción y el bienestar de los demás. Esto significa que el líder debe estar dispuesto a tomar la iniciativa y asumir la responsabilidad de motivar, guiar y servir a los demás. Esta es una habilidad que cualquier líder debe tener para tener éxito. Un líder de servicio debe tener una visión clara de los objetivos de la organización y cómo se pueden lograr (De la Garza, 2020).

Esto significa que el líder debe tener la capacidad de comunicar la visión a los demás y motivarlos para que la alcancen. Además, el líder de servicio debe tener una comprensión de cómo funcionan las cosas en su organización y cómo las personas pueden contribuir al éxito de la misma. Un líder de servicio también debe tener una actitud positiva hacia los demás. Esto significa que el líder debe ser capaz de escuchar a los demás, reconocer sus contribuciones y valorarlas positivamente.

El líder de servicio también debe ser capaz de reconocer la diversidad de las personas y cómo cada una de ellas contribuye al éxito de la organización. Además, un líder de servicio debe estar dispuesto a ayudar a los demás y a trabajar con el equipo. Esto significa que el líder debe trabajar para ayudar a los demás a alcanzar sus metas. El líder de servicio también debe tener una mentalidad abierta, de modo que pueda aprender de los demás y tener una perspectiva amplia al tomar decisiones.

El liderazgo de servicio también implica la capacidad de tomar decisiones y asumir la responsabilidad de ellas. Esto significa que el líder debe ser capaz de tomar decisiones informadas basadas en una comprensión de los objetivos de la organización y de los mejores intereses de la misma. El líder de servicio también debe tener la capacidad de comunicar estas decisiones a los demás y asegurarse de que sean comprendidas y respetadas (Quijano, 2020).

Además, un líder de servicio debe ser capaz de establecer un buen ejemplo para los demás. Esto significa que el líder debe ser capaz de establecer un buen ejemplo de comportamiento, trabajo duro y compromiso. El líder de servicio también debe ser capaz de mostrar a los demás cómo se puede alcanzar el éxito. Esto puede implicar la capacidad de motivar a los demás para que trabajen duro y alcancen sus objetivos.

Finalmente, un líder de servicio debe tener la capacidad de construir relaciones sólidas con los demás. Esto significa que el líder debe tener la capacidad de establecer una conexión con los demás, comprender sus puntos de vista y trabajar con ellos para alcanzar objetivos comunes. Esto puede implicar la capacidad de escuchar a los demás y mostrarles que se preocupa por ellos.

### **1.10.- La Propuesta de Valor**

La propuesta de valor es un concepto fundamental para el éxito de una empresa. Se refiere a la forma en que una empresa se diferencia de sus competidores, ofreciendo a sus clientes un producto o servicio único que los convenza para que elijan sus productos o servicios. Esta propuesta de valor se puede expresar como una declaración que describe lo que hace la compañía mejor que sus competidores.

No se trata solo de ofrecer un producto o servicio único, sino de aumentar el valor agregado para los clientes. La propuesta de valor de una empresa debe estar alineada con su objetivo comercial. Al mismo tiempo, debe tener en cuenta las necesidades y deseos de los clientes. La propuesta de valor debe ser clara y comunicar los beneficios que recibirá el cliente al elegir los productos o servicios de la empresa (Gómez, 2020).

Estos beneficios pueden incluir un mejor precio, una mejor calidad, un mejor servicio al cliente, una mayor seguridad, una mayor comodidad, una mayor personalización, entre otros. Además, es importante que la propuesta de valor sea sostenible a largo plazo, para que los clientes se mantengan fieles a la marca. Esto significa que la empresa debe mantenerse al tanto de los cambios en el mercado y asegurarse de que su propuesta de valor continúe siendo atractiva.

Uno de los principales retos que enfrentan las empresas al desarrollar su propuesta de valor es establecer un equilibrio entre los deseos de los clientes y las necesidades de la empresa. Por un lado, es importante ofrecer un producto o servicio único que satisfaga las necesidades de los clientes. Por otro lado, es necesario que el producto o servicio ofrecido sea rentable para la empresa, de modo que pueda mantenerse a flote a largo plazo. Desarrollar una fuerte propuesta de valor es una tarea complicada, ya que requiere que la empresa tenga una comprensión profunda de sus clientes, competidores y del mercado en general (Ruiz, 2021).

La empresa debe identificar las necesidades de los clientes y desarrollar una estrategia para satisfacer esas necesidades de la mejor manera posible. Esto significa que la empresa debe ofrecer un producto o servicio único que se destaque entre los competidores y que sea rentable para la empresa. En resumen, desarrollar una propuesta de valor sólida y sostenible es una parte fundamental del éxito de una empresa. La propuesta de valor debe estar alineada con los objetivos comerciales de la empresa y debe tener en cuenta las necesidades y deseos de los clientes. La empresa debe estar al tanto de los cambios en el mercado y asegurarse de que su propuesta de valor sea atractiva para los clientes actuales y potenciales. Al hacerlo, la empresa puede lograr establecer una fuerte presencia en el mercado y asegurar su éxito a largo plazo.

### **1.11.- Los Atributos del Servicio**

Los atributos del servicio son importantes para cualquier negocio que ofrezca un servicio a sus clientes. Estos atributos determinan la calidad y el valor que los clientes obtienen de un servicio, así como la satisfacción que reciben después de utilizar un producto o servicio. Por lo tanto, es importante que los negocios se enfoquen en crear y mejorar los atributos de sus servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Los atributos del servicio son las características o aspectos de un servicio que contribuyen a la satisfacción del cliente.

Los atributos del servicio pueden variar dependiendo del servicio y del mercado en el que opera una empresa. Los atributos más comunes de los servicios incluyen la calidad, la rapidez, la fiabilidad, la seguridad, la facilidad de uso, el precio, la flexibilidad, la personalización y la atención al cliente. La calidad es uno de los atributos más importantes de los servicios. Los clientes esperan que un servicio sea de alta calidad y que cumpla con sus expectativas. La calidad de un servicio incluye la seguridad y la fiabilidad (Palma, 2021).

Un servicio seguro y fiable significa que es altamente confiable y proporciona resultados consistentes. Algunos ejemplos de servicios seguros y fiables incluyen los servicios financieros, las transferencias bancarias y los servicios de salud. La rapidez es otro de los atributos clave de los servicios. Los clientes esperan que un servicio sea rápido y que proporcione resultados oportunos. Por ejemplo, los clientes esperan que el servicio de entrega de alimentos llegue a su ubicación en un tiempo razonable. La rapidez también



se refiere a la facilidad de uso de un servicio. Los clientes esperan que un servicio sea intuitivo y fácil de usar.

Por ejemplo, un sitio web debe ser fácil de navegar para que los clientes puedan encontrar lo que están buscando rápidamente. La fiabilidad también es un atributo importante. Esto significa que un servicio debe proporcionar resultados consistentes para los clientes. La fiabilidad también se refiere al hecho de que un servicio debe ser fácil de usar y proporcionar resultados precisos. Por ejemplo, un servicio de búsqueda en línea debe proporcionar resultados precisos y relevantes a los usuarios. Otro atributo importante es el precio (De la Garza, 2020).

Los clientes esperan que un servicio sea asequible y que ofrezca un buen valor por su dinero. Los precios deben ser competitivos y justos para los clientes. Los precios también deben estar conectados con la calidad del servicio que ofrecen. La flexibilidad también es un atributo importante para los servicios. Esto significa que un servicio debe ser capaz de adaptarse a las necesidades y deseos de los clientes. Por ejemplo, un restaurante debe ofrecer una variedad de platos para satisfacer las necesidades de los clientes.

La flexibilidad también se refiere al hecho de que un servicio debe ser capaz de proporcionar una respuesta rápida a los cambios en el mercado. La personalización es otro atributo importante de los servicios. Esto significa que un servicio debe ser capaz de adaptarse a las necesidades y preferencias individuales de los clientes. Por ejemplo, un servicio de entrega de alimentos debe ser capaz de ofrecer opciones de comida personalizadas para satisfacer las necesidades de los clientes. La atención al cliente es el último atributo importante para los servicios. Es decir, un servicio debe proporcionar un alto nivel de atención al cliente (Zúñiga, 2023).

Esto incluye proporcionar una respuesta rápida y eficaz a los problemas de los clientes, así como proporcionar una experiencia de compra satisfactoria. Por ejemplo, los restaurantes deben proporcionar un servicio de mesa agradable y servicial para que los clientes se sientan a gusto. En conclusión, los atributos del servicio son importantes para cualquier negocio que ofrezca un servicio a sus clientes. Estos atributos determinan la calidad y el valor que los clientes obtienen de un servicio, así como la satisfacción que reciben después de utilizar un producto o servicio. Los atributos clave de los servicios

incluyen la calidad, la rapidez, la fiabilidad, la seguridad, la facilidad de uso, el precio, la flexibilidad, la personalización y la atención al cliente. Si una empresa se enfoca en mejorar estos atributos de sus servicios, puede tener éxito en el mercado y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

### **1.11.- La Demanda y Capacidad Productiva**

La demanda y la capacidad productiva de una empresa son dos factores clave para el éxito de un negocio. La demanda es la cantidad de productos o servicios que los clientes están dispuestos a comprar en un periodo de tiempo dado. La capacidad productiva es la cantidad de productos o servicios que una empresa es capaz de producir en un periodo de tiempo dado. Estos dos factores son importantes para el éxito de un negocio porque pueden tener un profundo impacto en la rentabilidad de la empresa.

Uno de los principales desafíos para una empresa es anticipar la demanda de sus productos y servicios. Si la empresa subestima la demanda, puede perder clientes y no obtener el máximo beneficio de su producto o servicio. Por otro lado, si la empresa sobreestima la demanda, puede producir demasiado y no ser capaz de vender todo lo que ha producido. Es importante que la empresa tenga un buen conocimiento de la demanda para maximizar sus ganancias (Vergara, 2021).

La capacidad productiva de una empresa también es fundamental para el éxito de un negocio. Si una empresa no es capaz de producir una cantidad adecuada de productos o servicios para satisfacer la demanda, los clientes pueden ir a otra empresa y la empresa perderá ganancias. La empresa debe asegurarse de que su capacidad productiva sea adecuada para satisfacer la demanda de sus clientes. Para aumentar la eficiencia de una empresa, los gestores deben estar atentos a la demanda y la capacidad productiva. Deben identificar la demanda prevista y asegurarse de que la empresa tenga la capacidad productiva necesaria para satisfacerla.

Esto permite a la empresa maximizar sus ganancias y minimizar los costos de producción. Una de las formas en que una empresa puede aumentar su capacidad productiva es mediante la automatización. Esto significa que los procesos de producción sean llevados a cabo por máquinas en lugar de trabajadores. Esto reduce los costos de producción al eliminar los salarios de los trabajadores y aumenta la capacidad productiva al permitir que la empresa produzca más productos o servicios en menos tiempo. Un

factor clave para el éxito de un negocio es la optimización de la demanda y la capacidad productiva.

La empresa debe tener una buena comprensión de la cantidad de productos o servicios que los clientes están dispuestos a comprar y estar preparada para satisfacer esta demanda. La empresa también debe asegurarse de que tenga la capacidad productiva adecuada para satisfacer la demanda. Esto significa que la empresa debe utilizar la automatización y la optimización para aumentar su capacidad productiva y maximizar sus ganancias.

### **1.12.- La Metodología Service Blueprint**

La metodología Service Blueprint es una herramienta útil para diseñar servicios, a partir de la cual es posible visualizar todos los componentes y procesos que intervienen en un servicio. Esta metodología se ha utilizado durante décadas en el diseño de servicios, ya que proporciona una visión sistemática de los componentes del servicio. Esta metodología ha sido ampliamente utilizada por empresas y organizaciones para diseñar y mejorar sus servicios, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones.

La metodología Service Blueprint se basa en un diagrama de flujo que examina la interacción entre el cliente y el proveedor de servicios. El diagrama se compone de varios elementos, como el punto de contacto inicial, los canales de comunicación, los procesos que se activan para completar el servicio, los recursos necesarios y los resultados esperados. Estos elementos se utilizan para analizar y entender el servicio desde una perspectiva integral (Rodríguez, 2020).

El objetivo de la metodología Service Blueprint es ayudar a diseñar servicios que sean eficaces, eficientes y satisfagan las necesidades de los clientes. Esto se logra mediante el análisis de todos los elementos del servicio, incluida la interacción entre el cliente y el proveedor de servicios, los procesos que se activan para completar el servicio, los recursos necesarios y los resultados esperados. Esto permite a los diseñadores entender cómo los clientes interactúan con el servicio y dónde se pueden mejorar. Uno de los principales beneficios de la metodología Service Blueprint es el enfoque holístico que proporciona.

Esto significa que los diseñadores tienen la oportunidad de examinar todos los elementos del servicio desde una perspectiva integral. Esto les permite comprender mejor los procesos que se ejecutan dentro de un servicio, los recursos necesarios para completarlo y los resultados esperados. Esto se hace para asegurar que los servicios sean eficaces, eficientes y satisfagan las necesidades de los clientes. Además, la metodología Service Blueprint permite a los diseñadores identificar y eliminar las barreras que impiden un servicio óptimo. Esto se logra mediante el análisis de los procesos y recursos necesarios para completar el servicio. Esto permite identificar cualquier punto débil en el servicio y tomar medidas para mejorarlo. Esto es especialmente útil para los servicios que están en constante evolución (Perdominici, 2022).

Finalmente, la metodología Service Blueprint permite identificar las áreas de oportunidad para mejorar el servicio. Esto se logra mediante el análisis de los procesos y recursos necesarios para completar el servicio. Esto permite identificar cualquier área en la que el servicio puede mejorar, como la eliminación de barreras, el aumento de la eficiencia o el aumento de la satisfacción del cliente. Esto permite a las empresas y organizaciones mejorar constantemente sus servicios y mantenerse relevantes en el mercado. En conclusión, la metodología Service Blueprint es una herramienta útil para diseñar servicios. Esta metodología se basa en un diagrama de flujo que examina la interacción entre el cliente y el proveedor de servicios. Esto permite a los diseñadores entender cómo los clientes interactúan con el servicio, identificar barreras que impiden un servicio óptimo y identificar áreas de oportunidad para mejorar el servicio. Además, proporciona un enfoque holístico para el diseño de servicios, lo que permite a las empresas y organizaciones mejorar constantemente sus servicios y mantenerse relevantes en el mercado.

## Capítulo II

### Desarrollo De Resultados

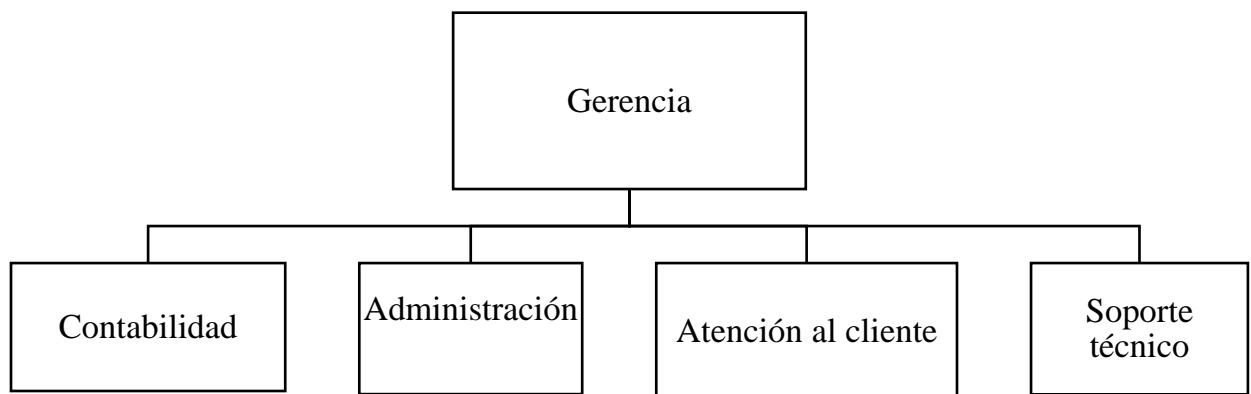
#### Diagnóstico Situacional de la Importadora Manzana Rota

La importadora Manzana Rota nació en el año 2020 en la ciudad de Ambato, desde sus inicios la empresa ha sido leal a sus conceptos, virtudes y valores, factores que permiten consolidar un equipo de trabajo funcional y motivado. Sin embargo, uno de sus principales ejes es la experiencia de los clientes, y el desarrollo de sus servicios, en este caso la reparación de equipos celulares.

#### Estructura Organizacional

##### Figura 1

*Estructura de la Importadora Manzana Rota.*



*Nota:* Organigrama de la Importadora Manzana Rota

La importadora Manzana Rota se encuentra liderada por una gerencia general, y cuatro departamentos definidos: contabilidad, administración, atención al cliente, y soporte técnico.

## Marco Normativo Legal

La importadora Manzana Rota se encuentra inscrita en la Superintendencia de Compañías y factura sus servicios a través de la facturación electrónica del SRI (Servicio de Rentas Internas)

### Tabla 2

#### *Marco normativo legal de la importadora Manzana Rota*

En la siguiente matriz se visibilizan las normas jurídicas que inciden en la temática abordada, para poder identificar el marco legal en el que se fundamenta esta.

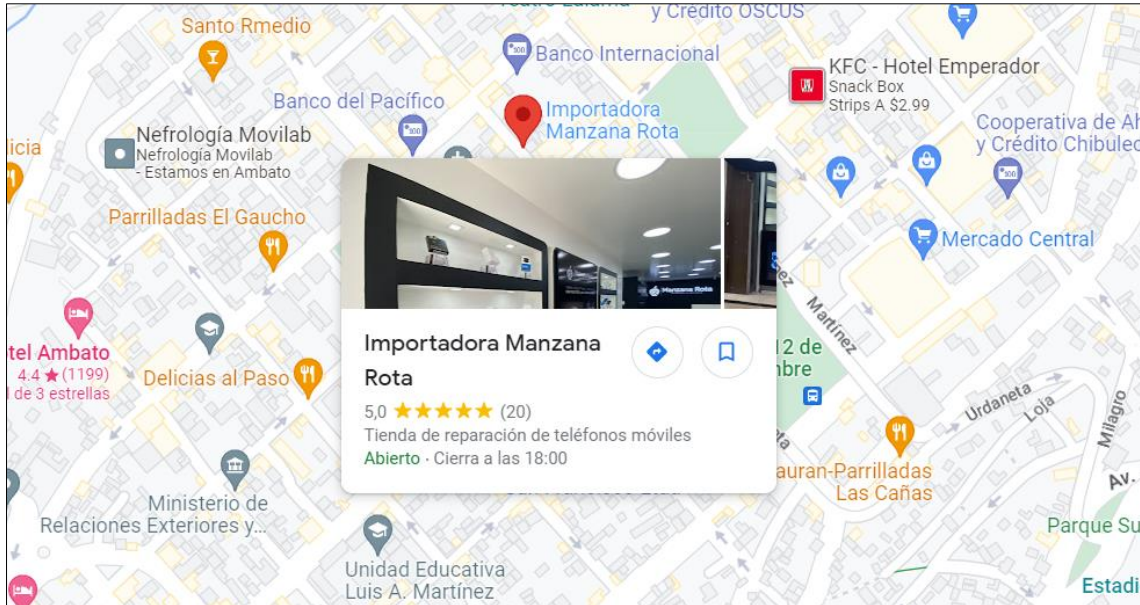
<b>Tipo de la Norma</b>	<b>Norma Jurídica</b>
<b>Carta Suprema</b>	Constitución de la República del Ecuador
<b>Códigos</b>	Código Orgánico General de Procesos COGEP
	Código Orgánico Integral Penal COIP
	Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas COPFP
	Código Orgánico Administrativo
	Código de Trabajo
<b>Ley Orgánica</b>	Ley Orgánica de Educación Superior
	Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCPP)
	Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública
	Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional (LOGJCC)
	Ley Orgánica de Servicio Público (LOSEP)
	Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado
	Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (COPCCS)
<b>Reglamentos de Leyes</b>	Reglamento General a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP)
	Reglamento General a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCPP)
	Reglamento a la Ley Orgánica de Servicio Público (LOSEP)
<b>Reglamento Interno</b>	Reglamento interno de cumplimiento

*Nota:* Marco normativo legal

Esta información permite identificar el respaldo legal en que se basa esta investigación, respecto al tema de facturación electrónica, siendo la Importadora Manzana Rota parte de la inscripción a la Superintendencia de Compañías.

**Figura 1**

*Ubicación geográfica de la importadora Manzana Rota*



**Nota:** Ubicación importadora Manzana Rota

La importadora Manzana Rota, se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Ambato, específicamente en la calle Mera, entre Sucre y Bolívar, en el Unicentro GT, cuenta con una recepción y los equipos celulares son reparados en presencia del cliente. A continuación, se realizará la tabulación de los datos obtenidos a través de las encuestas a los clientes respecto a la gestión de calidad y la satisfacción.

**Tabla 3**

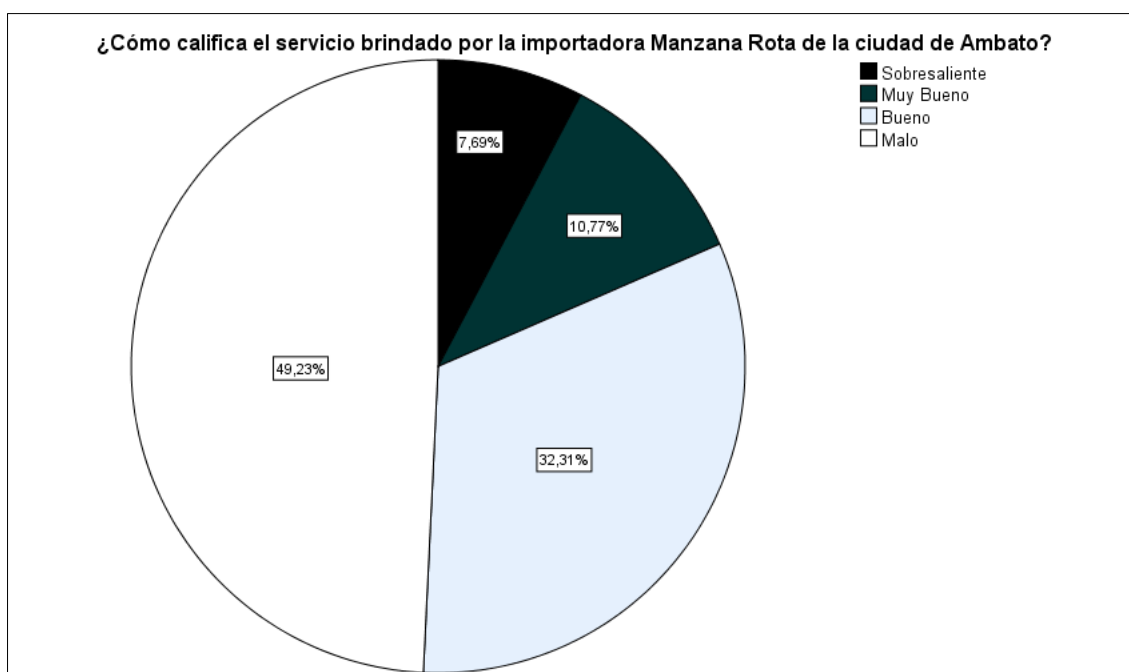
*Servicio brindado por la importadora Manzana Rota.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sobresaliente	5	7,7	7,7	7,7
	Muy Bueno	7	10,8	10,8	18,5
	Bueno	21	32,3	32,3	50,8
	Malo	32	49,2	49,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 1 encuesta para el servicio brindado por la importadora Manzana Rota.

**Figura 2**

*Representación gráfica del servicio brindado por la importadora Manzana Rota*



*Nota:* Resultados obtenidos del servicio brindado por la importadora Manzana Rota

El servicio brindado por la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato se califica como una mezcla de bueno y malo. El porcentaje de calificaciones Sobresaliente y Muy Bueno representan un 18,46%, mientras que el porcentaje de calificaciones Bueno y Malo representan un 81,54%. Esto indica que la importadora Manzana Rota debe mejorar su servicio para satisfacer mejor a sus clientes.



**Tabla 4**

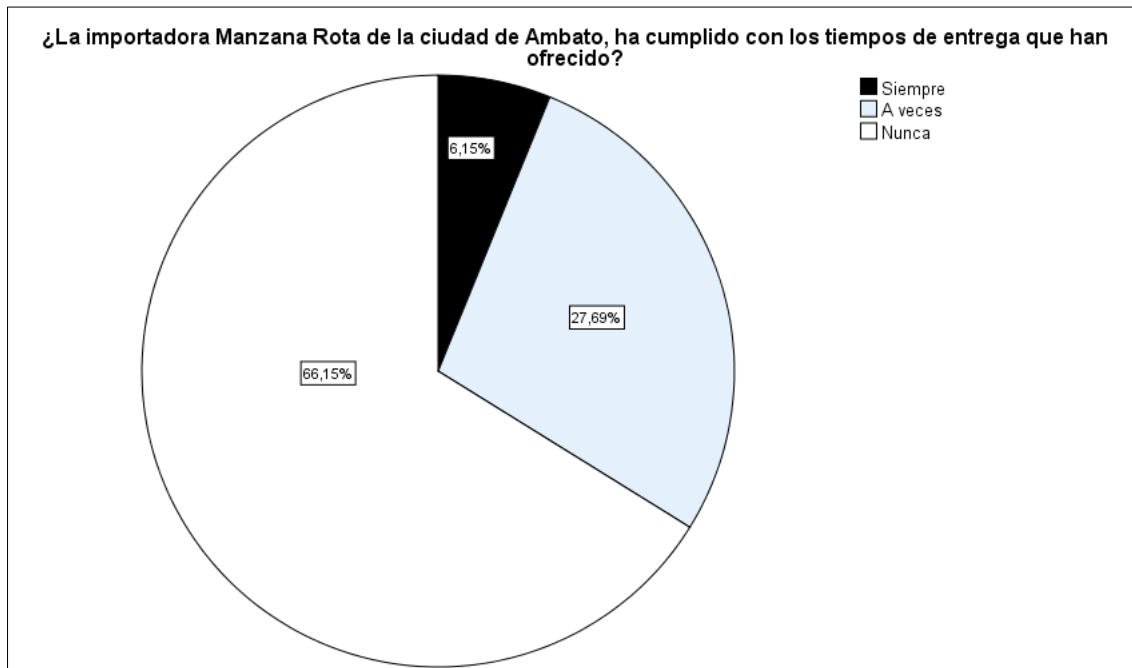
*Tiempos de entrega de los equipos reparados.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	6,2	6,2	6,2
	A veces	18	27,7	27,7	33,8
	Nunca	43	66,2	66,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 1 encuesta de tiempos de entrega de los equipos reparados.

**Figura 3**

*Representación gráfica de los tiempos de entrega de los equipos reparados.*



*Nota:* Resultados obtenidos de los tiempos de entrega de los equipos reparados

En virtud de los resultados respecto a que si la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato, ha cumplido con los tiempos de entrega que han ofrecido, el 6,15% de encuestados indica que siempre, el 27,69% a veces, y el 66,15% que nunca. Entonces, la mayoría de las entregas no se han cumplido dentro del tiempo prometido. Esto sugiere que los clientes han estado experimentando retrasos en sus pedidos. Esto a su vez podría afectar la reputación de la empresa y la satisfacción de los clientes.

**Tabla 5**

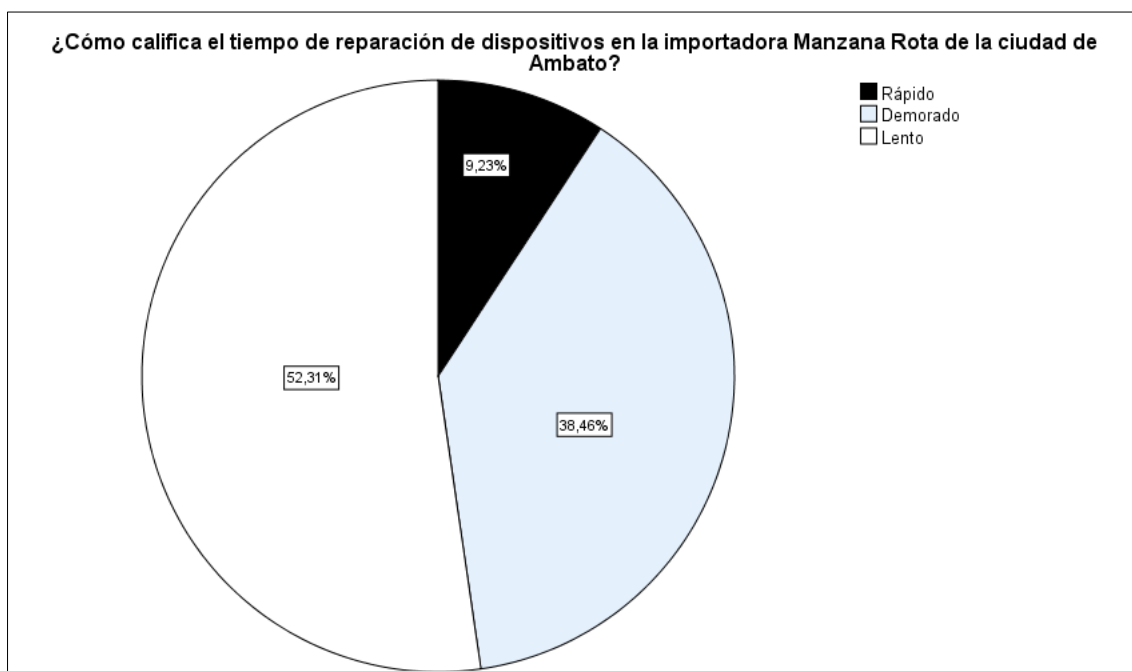
*Tiempo de reparación de dispositivos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rápido	6	9,2	9,2	9,2
	Demorado	25	38,5	38,5	47,7
	Lento	34	52,3	52,3	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 3 encuesta del tiempo de reparación de dispositivos.

**Figura 4**

*Representación gráfica del tiempo de reparación de dispositivos.*



*Nota:* Resultados obtenidos del tiempo de reparación de dispositivos

Los resultados sobre el tiempo de reparación de dispositivos en la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato muestra que la mayoría de los clientes califican el tiempo como lento (52,31%). Esto sugiere que la empresa necesita mejorar su tiempo de respuesta para asegurar la satisfacción de sus clientes. Además, el 38,46% de los clientes consideraron que el tiempo de reparación fue demorado, lo que indica que el tiempo de espera para la reparación de dispositivos fue mayor de lo esperado. Por otro lado, el 9,23% de los clientes consideraron que el tiempo de reparación fue rápido, lo que significa que el tiempo de respuesta fue satisfactorio para algunos clientes.

**Tabla 6**

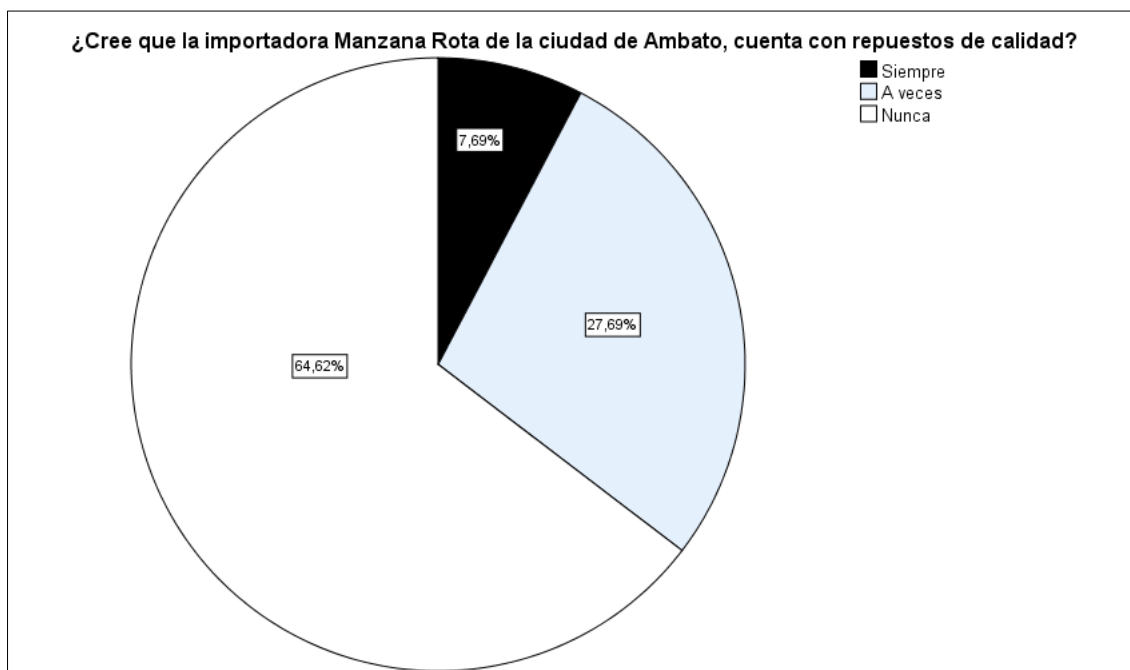
*Repuestos que utiliza la importadora Manzana Rota.*

¿Cree que la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cuenta con repuestos de calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	5	7,7	7,7	7,7
	A veces	18	27,7	27,7	35,4
	Nunca	42	64,6	64,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 4 encuesta de uso de repuestos de calidad.

**Figura 5**

*Representación gráfica respecto al uso de repuestos de calidad.*



*Nota:* Resultados obtenidos del uso de repuestos de calidad.

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados no creen que la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato cuente con repuestos de calidad. Solo el 7,69% de los encuestados creen que la importadora cuenta con repuestos de calidad, mientras que el 27,69% cree que a veces lo hace y el 64,62% cree que nunca lo hace. Estos resultados indican que la importadora Manzana Rota no goza de una buena reputación en cuanto a la calidad de sus repuestos.

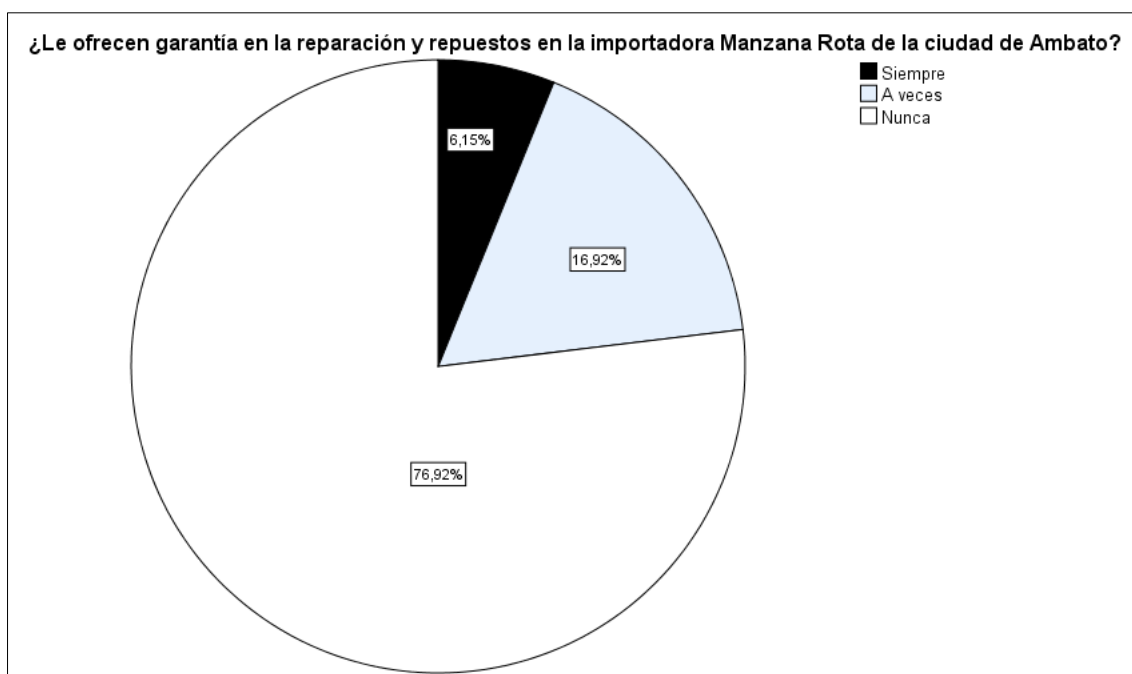
**Tabla 7**

*Garantía de la reparación y repuestos.*

<b>¿Le ofrecen garantía en la reparación y repuestos en la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	6,2	6,2	6,2
	A veces	11	16,9	16,9	23,1
	Nunca	50	76,9	76,9	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 5 encuesta de la garantía en la reparación y repuestos.

Representación gráfica de la garantía en la reparación y repuestos



*Nota:* Resultados obtenidos en la garantía en la reparación y repuestos.

Los resultados indican que la mayoría de los clientes de la Importadora Manzana Rota de Ambato no reciben garantías en la reparación y repuestos. Esto sugiere que la empresa no ofrece esta garantía a sus clientes o bien que los clientes no están satisfechos con el servicio de garantías que ofrece la empresa. Esto podría significar que los clientes no se sienten seguros de que sus reparaciones se realizarán correctamente o que los repuestos no serán de calidad. Esto podría ser una señal de que la empresa necesita mejorar su servicio de garantías para satisfacer a sus clientes.

**Tabla 8**

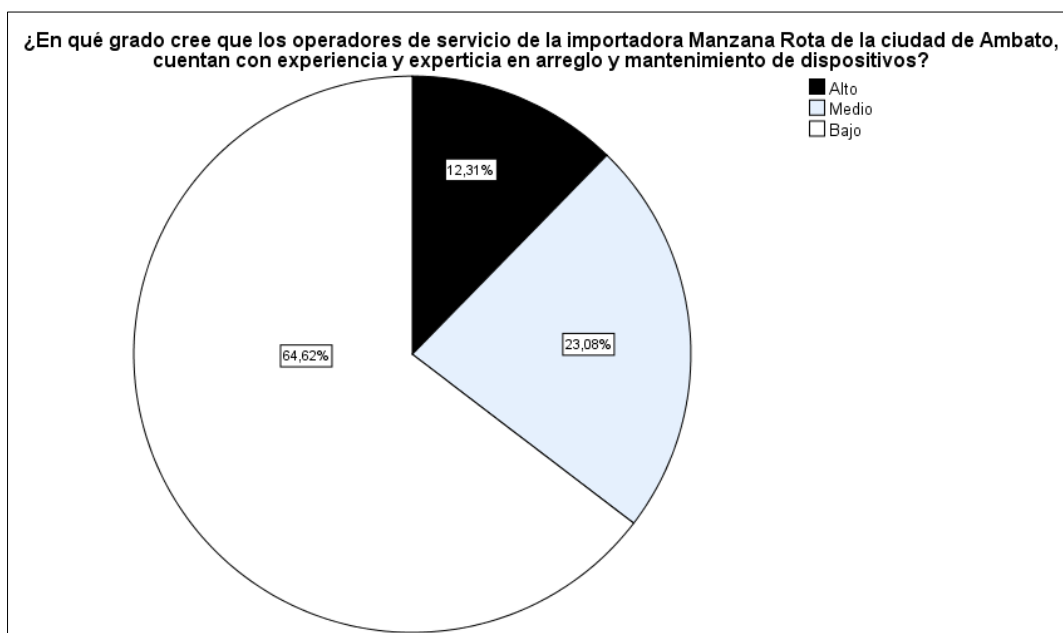
*Experiencia de los operadores de servicio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	8	12,3	12,3	12,3
	Medio	15	23,1	23,1	35,4
	Bajo	42	64,6	64,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 6 encuesta de la experiencia de los operadores de servicio.

**Figura 6**

*Representación gráfica de la experiencia de los operadores de servicio.*



*Nota:* Resultados obtenidos de la experiencia de los operadores de servicio.

Los resultados indican que los operadores de servicio de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato tienen una experiencia y experticia limitada en arreglo y mantenimiento de dispositivos. Más del 64% de los operadores cuentan con un nivel bajo de experiencia y experticia en este ámbito. Por otro lado, sólo un 12,31% de los operadores cuentan con un nivel alto de experiencia y experticia. Esto significa que la mayoría de los operadores no tienen la suficiente formación y conocimiento para realizar tareas de arreglo y mantenimiento de dispositivos. Por lo tanto, los responsables de la importadora Manzana Rota deberían considerar la opción de realizar talleres de capacitación para los operadores, para asegurar un servicio de calidad.

**Tabla 9**

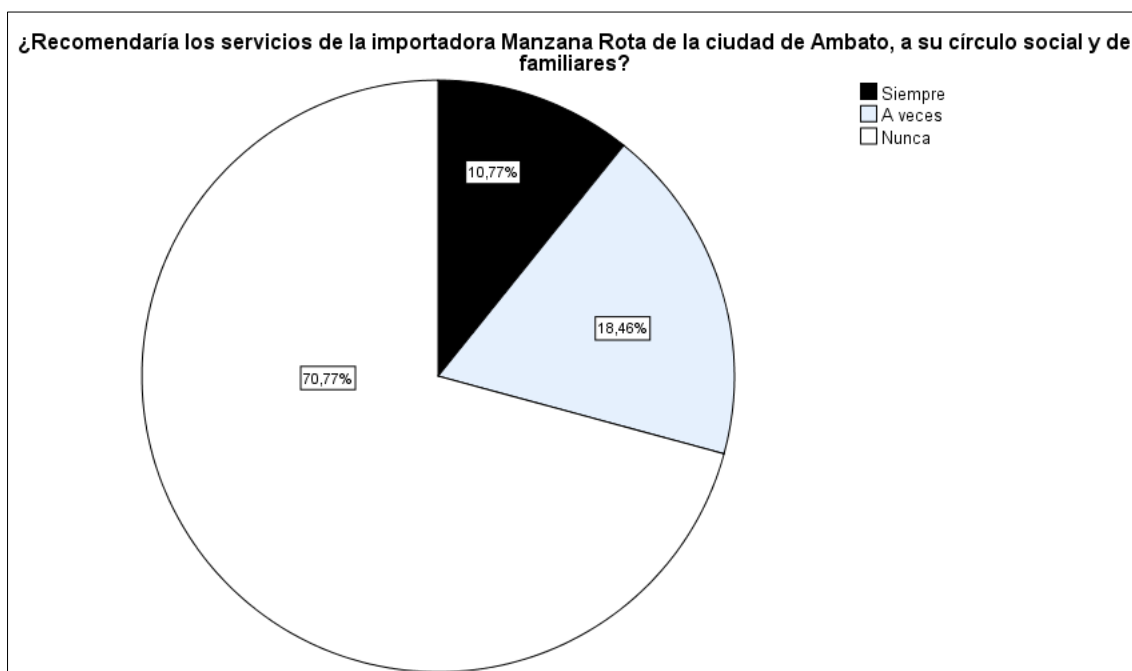
*Recomendación de los servicios de la importadora Manzana Rota.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	7	10,8	10,8	10,8
	A veces	12	18,5	18,5	29,2
	Nunca	46	70,8	70,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 7 encuesta de la recomendación de los servicios de la importadora Manzana Rota.

**Figura 7**

*Representación de la recomendación de los servicios de la importadora Manzana Rota*



*Nota:* Resultados obtenidos de la recomendación de los servicios de la importadora Manzana Rota.

El porcentaje de personas que respondieron que nunca recomendarían los servicios de la importadora Manzana Rota es del 70,77%, lo que indica que la mayoría de los encuestados no está satisfecha con el servicio recibido. El porcentaje de personas que respondieron que sí recomendarían los servicios de la empresa fue del 10,77%, mientras que el porcentaje de personas que respondieron que tal vez lo harían fue del 18,46%. Estos resultados demuestran que la mayoría de los encuestados no están satisfechos con el servicio recibido por la importadora Manzana Rota, por lo que no se recomienda a los círculos sociales y familiares la utilización de los servicios de esta empresa.

**Tabla 10**

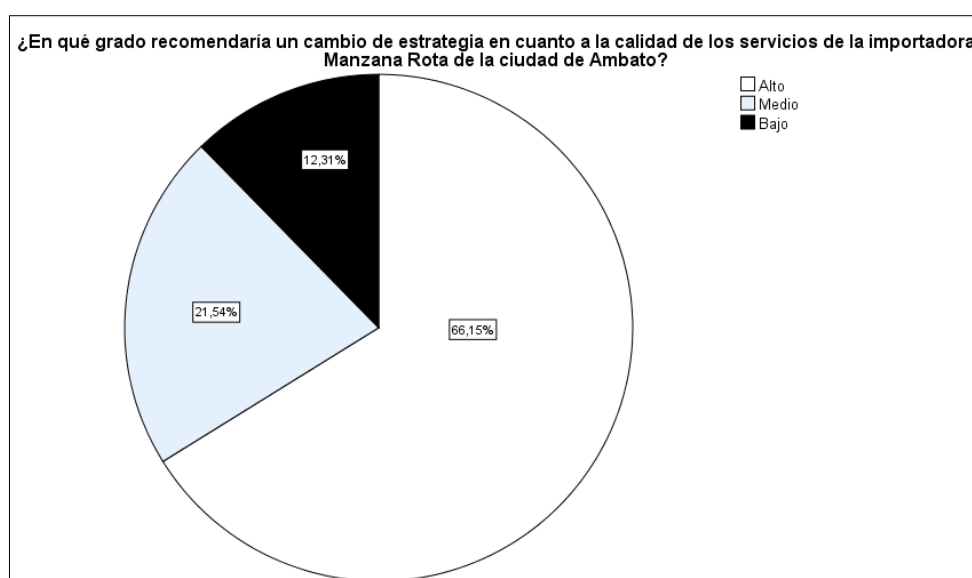
*Recomendación de cambio de estrategia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	43	66,2	66,2	66,2
	Medio	14	21,5	21,5	87,7
	Bajo	8	12,3	12,3	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 8 encuesta de la recomendación de cambio de estrategia.

**Figura 8**

*Representación gráfica recomendación cambio de estrategia*



*Nota:* Resultados obtenidos de la recomendación de cambio de estrategia.

Los resultados del análisis indican que la mayoría de los encuestados (el 66,15%) recomendarían un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados consideran que la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato es insuficiente. El 21,54% de los encuestados recomendarían un cambio de estrategia de calidad de los servicios de forma moderada, mientras que el 12,31% de los encuestados recomendarían un cambio de estrategia de calidad de los servicios de forma ligera. Esto demuestra que la mayoría de los encuestados consideran que la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato es insuficiente.

**Tabla 11**

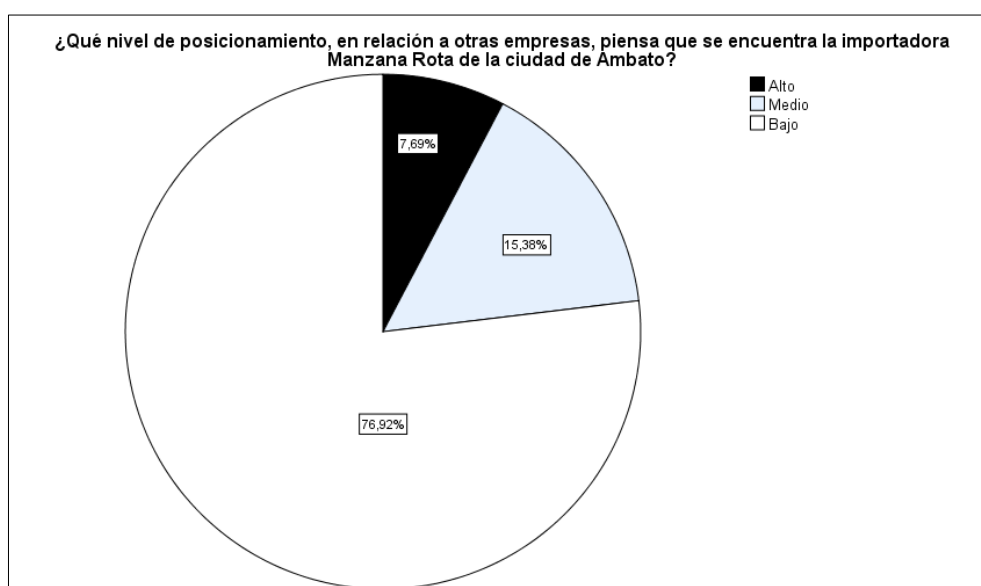
*Nivel de posicionamiento de la importadora Manzana Rota en relación otras empresas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	5	7,7	7,7	7,7
	Medio	10	15,4	15,4	23,1
	Bajo	50	76,9	76,9	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 9 encuesta del nivel de posicionamiento.

**Figura 9**

*Representación gráfica nivel de posicionamiento.*



*Nota:* Resultados obtenidos nivel de posicionamiento.

La importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato se encuentra en una posición baja en relación a otras empresas. Esto se debe a que el 76,92% de los resultados indican que la importadora tiene un nivel de posicionamiento bajo. Esto significa que la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato no se encuentra entre las empresas más destacadas en el mercado. Por otro lado, el 7,69% de los resultados muestran que la empresa tiene un nivel de posicionamiento alto, lo que significa que la empresa tiene algunos aspectos destacados, pero aún no está al nivel de otras empresas. Por último, el 15,38% de los resultados indican que la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato se encuentra en una posición media. Esto significa que la empresa tiene algunos aspectos positivos, pero aún no está a la altura de otras empresas.



**Tabla 12**

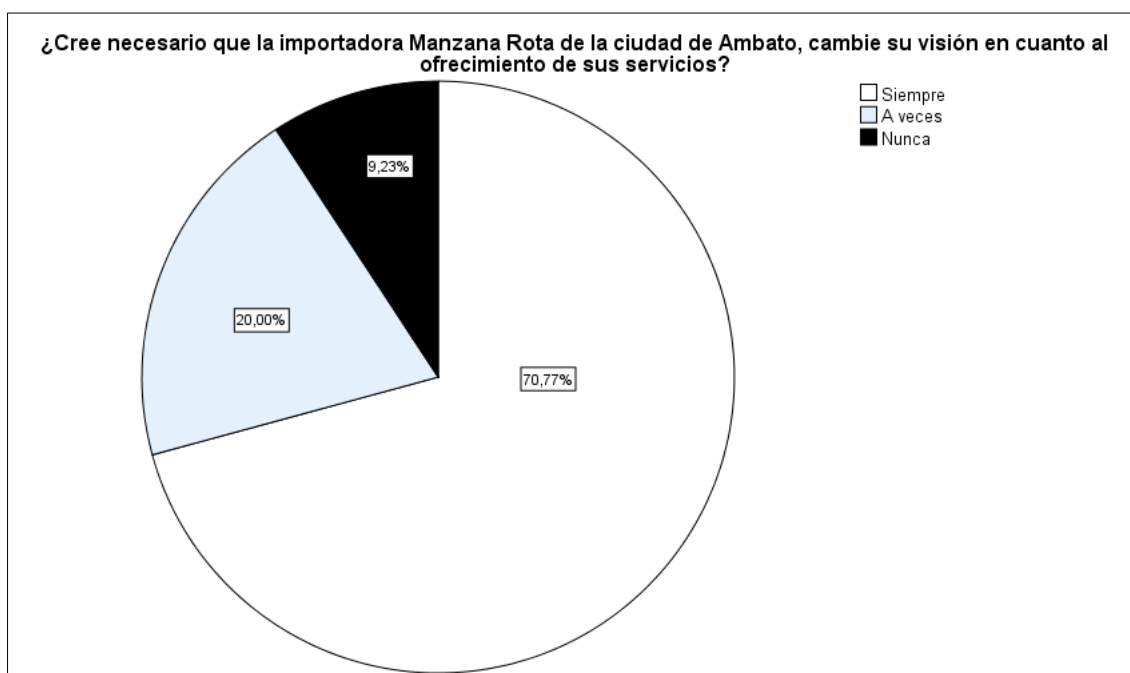
*Cambio de visión en la importadora Manzana Rota.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	46	70,8	70,8	70,8
	A veces	13	20,0	20,0	90,8
	Nunca	6	9,2	9,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

*Nota:* Pregunta 10 encuesta de la necesidad de cambio de visión.

**Figura 10**

*Representación gráfica cambio de visión*



*Nota:* Resultados obtenidos de la necesidad de cambio de visión

La mayoría de los encuestados piensan que la Importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato debe cambiar su visión en cuanto al ofrecimiento de sus servicios. Esto significa que el 70,77% de los encuestados creen que un cambio de visión puede mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por la importadora. Por otro lado, el 20,00% de los encuestados tienen una opinión intermedia, pues creen que los cambios podrían ser beneficiosos, pero no necesariamente necesarios. Por último, el 9,23% de los encuestados piensan que la importadora no necesita cambiar su visión.

## Comprobación de la incidencia de las variables

Ahora bien, para comprobar la incidencia entre las variables de la investigación, es necesario llevar a cabo el análisis de chi cuadrado, por lo tanto, se escogerán dos preguntas del cuestionario que fue utilizado en las cuestas, y así realizar lo mencionado:

**Tabla 13**

*Tabla cruzada para la importadora Manzana Rota*

		¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?				
		Alto	Medio	Bajo	Total	
¿Le ofrecen garantía en la reparación y repuestos en la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?	Siempre	Recuento	4	0	0	4
		Recuento esperado	2,6	,9	,5	4,0
		% dentro de ¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?	9,3%	0,0%	0,0%	6,2%
	A veces	Recuento	11	0	0	11
		Recuento esperado	7,3	2,4	1,4	11,0
		% dentro de ¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?	25,6%	0,0%	0,0%	16,9%
	Nunca	Recuento	28	14	8	50

	Recuento esperado	33,1	10,8	6,2	50,0
	% dentro de ¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?	65,1%	100,0%	100,0%	76,9%
Total	Recuento	43	14	8	65
	Recuento esperado	43,0	14,0	8,0	65,0
	% dentro de ¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Nota:* Tabla cruzada

## Tabla 14

### Pruebas de chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,977 <sup>a</sup>	4	,041
Razón de verosimilitud	14,608	4	,006
Asociación lineal por lineal	7,137	1	,008
N de casos válidos	65		

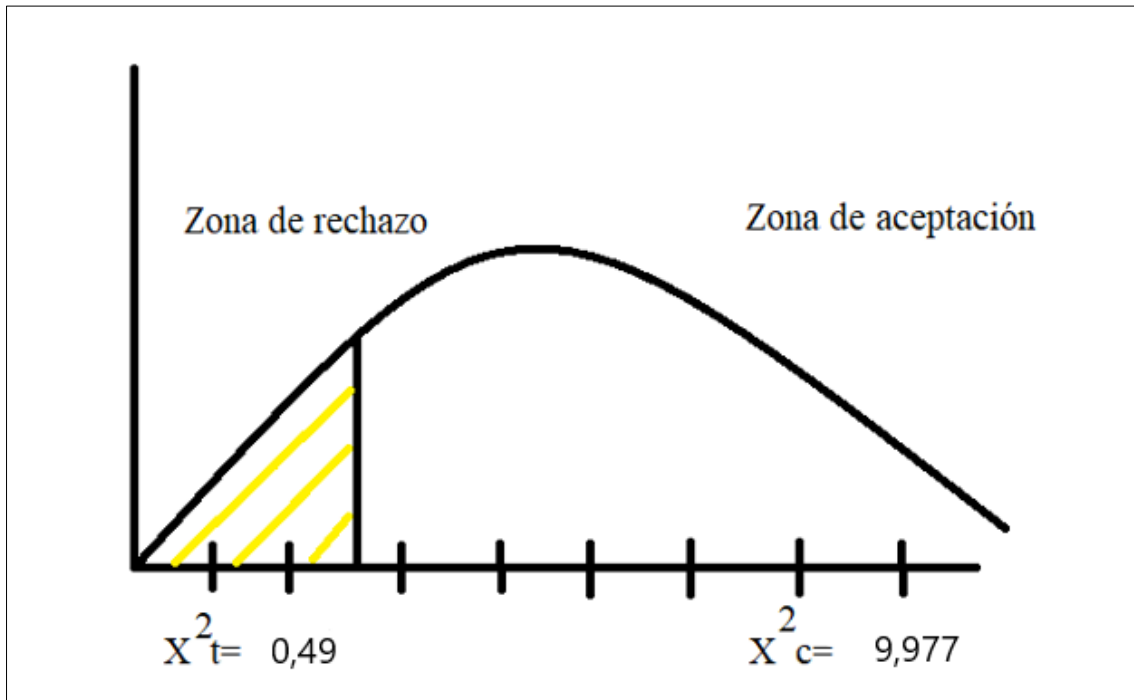
a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,49.

*Nota:* Pruebas de chi cuadrado

La estadística de chi cuadrado se encuentra en la columna de valores de la tabla de pruebas de chi cuadrado a la derecha de “Chi cuadrado de Pearson”. Entonces, el valor de la estadística de chi cuadrado es 9,977. El valor p se encuentra en la misma fila en la columna “Significado asintótica” que es 0.41. El resultado es significativo si el valor es igual o inferior al nivel alfa designado (0,49). En este caso el valor p es menor que el valor alfa estándar. Por lo tanto, los valores sugieren que las variables de la investigación se encuentran relacionadas entre sí.

**Figura 11**

*Representación gráfica chi cuadrado*



*Nota:* Representación gráfica chi cuadrado

El valor de la estadística chi cuadrado es 9,977, el valor p es 0,41. El resultado es significativo si este valor es igual o menor al valor alfa designado. En este caso el valor p es inferior al valor estándar. Por lo tanto, se demuestra la incidencia entre las variables de la presente investigación.

## Entrevistas

En esta sección se ejecuta el instrumento de la entrevista con el enfoque cualitativo, para recopilar los datos necesarios de la gestión de los empleados de la Importadora Manzana Rota, y a partir de ellos analizar el impacto de la gestión de calidad en esta empresa, previo a las estrategias propuestas.

### Tabla 15

#### Entrevista 1

---

**Nombre y apellido:** Andrés Jiménez.

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

El entrevistado considera que hay diversas fallas en la gestión de calidad que pudiesen solventarse con un cambio en la automatización de los procesos.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?	No hay una rutina establecida para abordar al cliente, entonces, no sabría decir si se sigue o no un proceso, pero sí hay predisposición por parte de nosotros para hacer el trabajo lo mejor posible, desde asesorar a los clientes, hasta ofrecerle soluciones a sus requerimientos.
¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?	Sí hay un horario establecido, pero no todos dan cumplimiento, de hecho, a veces toca atender por más tiempo porque llegan clientes a última hora y hay que quedarse.
¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?	Yo considero que podría hacerse una mejora en la distribución del espacio, porque a veces resulta un poco incómodo cuando llegan varios clientes al mismo tiempo y el local se queda pequeño para atenderlos.
¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?	Sí nos facilitan la realización del trabajo, sin embargo, no son suficientemente actualizados para garantizar que el servicio se realice en tiempo óptimo.
¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?	No siempre. Como te digo, a veces no contamos con las herramientas necesarias para atender los requerimientos de los clientes a tiempo.

**Nota:** Entrevista 1

En esta primera entrevista a uno de los empleados de la Importadora Manzana Rota, se evidencia la inconformidad de este con respecto al Sistema de Gestión de Calidad, las

herramientas utilizadas para el servicio técnico e incumplimiento de horarios; por lo que infiere incide en la insatisfacción de los clientes.

## Tabla 16

### Entrevista 2

---

**Nombre y apellido:** Santiago Castro.

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

El entrevistado considera que pueden ejecutarse mejorías en cuanto al cumplimiento del horario y la adquisición de equipos más modernos para facilitar el trabajo diario y optimizar tiempo.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?	Yo considero que sí, se le dan opciones y soluciones que es lo importante, todos tratamos de orientarnos a que el cliente esté contento, tenemos esa iniciativa.
¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?	Hay un horario, pero rara vez se cumple, por lo general nos quedamos más tiempo porque hay clientes que llegan fuera del horario y no queremos perderlos.
¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?	Sí se pudiera organizar mejor porque el espacio es pequeño, para comodidad de los mismos clientes y de los trabajadores.
¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?	Sí hay variedad de equipos, pero a veces son insuficiente. Yo creo que debería invertirse en más herramientas para trabajar en menor tiempo y asegurarles a los clientes sus celulares arreglados en menor tiempo.
¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?	Sí, todos estamos orientados a brindar soluciones y proponer en cuanto sea posible, opciones para que los clientes estén satisfechos.

*Nota:* Entrevista 2

En esta segunda entrevista, el entrevistado considera que la predisposición de los empleados en cuanto a la atención al cliente es fundamental, sin embargo, es necesaria de la dotación de equipos modernos para que la gestión sea completamente eficaz, en tiempo óptimo y con el servicio adecuado.

## Tabla 17

### Entrevista 3

---

**Nombre y apellido:** Ricardo Galarza .

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

El entrevistado considera que pudiesen mejorar los procesos de atención al cliente, al igual que los equipos propios de la prestación del servicio, para garantizar la satisfacción al cliente.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?	Creo que no, creo que se puede mejorar en eso, para ofrecer un mejor servicio. Es decir, que haya un proceso claro de cómo atender al cliente, cómo recibirlo y ofrecerle los servicios que tenemos.
¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?	A veces sí, pero no todos cumplen la hora de llegada y también en oportunidades toca quedarse más del tiempo para atender a clientes que llegan tarde.
¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?	Yo creo que sí, es pequeño, pero es cómodo, quizá pudiese ampliarse un poco, digo yo, pero en términos generales considero que sí está acorde a las funciones que se ejecutan.
¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?	Sí son buenos equipos y nos ayudan mucho, pero sí hace falta actualizarnos con algunas herramientas para trabajar mejor y más rápido.
¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?	A veces. Hay clientes que son muy difíciles y no hay manera de lidiar con ellos, pero se hace lo posible de prestar un buen servicio en todo momento.

---

**Nota:** Entrevista 3

En la tercera entrevista ejecutada, el entrevistado considera que pudiese mejorarse la gestión de calidad en cuanto a los procesos que se llevan a cabo para la atención al cliente, estableciendo parámetros definidos desde el recibimiento y prestación del servicio.

## Tabla 18

### Entrevista 4

**Nombre y apellido:** Christian Meléndez.

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

El entrevistado quien es en este caso la parte directiva de la Importadora Manzana Rota, manifiesta que la empresa presta un servicio apegado a los estándares de calidad y motivado totalmente a la satisfacción del cliente.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?	Sí, en todo momento estamos enfocados en brindar el mejor servicio a los clientes; desde el recibimiento, asesoría del servicio, información sobre los costos actuales, etc. Siempre procurando la mejor atención para satisfacción de los usuarios.
¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?	Sí, existe un horario establecido de entrada y salida que se cumple a cabalidad por todo el personal. En caso de ser estrictamente necesario quedarse un poco más, ese tiempo es remunerado y reconocido.
¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?	Las instalaciones están totalmente acordes a las necesidades de los clientes y personal que labora, está distribuido de forma que haya fácil acceso y proveen comodidad para los usuarios a la hora de brindar el servicio técnico.
¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?	Sí, tenemos excelentes equipos para garantizar los mejores resultados, contamos con herramientas de última tecnología y personal capacitado para su utilización.
¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?	Considero que sí, estamos prestos a brindar alternativas y ofrecer soluciones en el menor tiempo posible, la satisfacción del cliente es nuestra prioridad.

**Nota:** Entrevista 4

En base a los resultados de las entrevistas realizadas, se puede detectar la discrepancia entre el personal que labora en la Importadora Manzana Rota y la directiva de esta, puesto que se muestra una inconformidad del personal respecto a las instalaciones, equipos de servicio técnico e incumplimiento del horario laboral; lo que dificulta entre otras cosas, una gestión eficaz de los servicios prestados por este ente y permite identificar las fallas en el Sistema de Gestión de Calidad, para poder abordar las propuestas adecuadas.



## Capítulo III

### Desarrollo De La Propuesta

#### 3.1. Nombre de la Propuesta

Propuesta para mejorar la gestión de calidad y promover la satisfacción de los clientes de la importadora Mazana Rota en la ciudad de Ambato.

#### 3.2 Objetivos

##### 3.2.1 Objetivo General

Promover la satisfacción de los clientes de la importadora Manzana Rota, a través de la implementación de un proceso de gestión de calidad.

##### 3.2.2 Objetivos específicos

- Implementar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC), utilizando el *software blueprint* para evaluar la satisfacción de los clientes de la importadora Manzana Rota.
- Capacitar a los empleados de la importadora Manzana Rota, en pro de mejorar la gestión de calidad.
- Consolidar los procesos de calidad, para aumentar la productividad de la importadora Manzana Rota.

#### 3.3 Justificación de la Propuesta

En la presente investigación se intenta proponer planes de ejecución para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad que favorezca el crecimiento y productividad de la importadora Manzana Rota, estableciendo como meta principal la satisfacción de los clientes y recomendación del servicio.

La gestión de calidad se traduce como un principio fundamental para el desarrollo de cualquier ente empresarial, puesto que favorece la utilización adecuada de los recursos y promueve la satisfacción de los clientes. Esto representa una herramienta, que ejecutada eficientemente, garantiza beneficios a la empresa, como son el aumento de la productividad, posicionamiento en el mercado, satisfacción y fidelidad de los clientes.

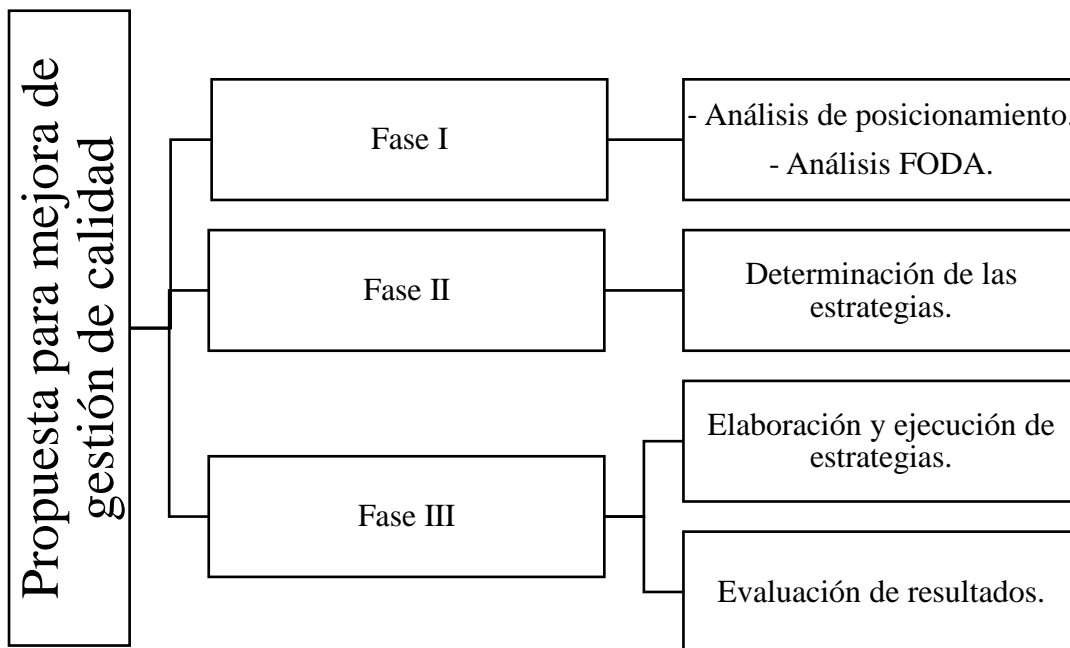
En este orden de ideas, la satisfacción del cliente depende completamente de una adecuada gestión de calidad, lo que significa que es responsabilidad de la empresa y sus colaboradores que los usuarios estén conformes con los servicios brindados. Para esto debe tomarse en cuenta que la información transmitida sea la conveniente, que el personal esté capacitado en cuanto a la atención al cliente; y, que el ambiente reúna las condiciones básicas para comodidad de los usuarios. Además de que el servicio brindado sea excelente, para una posterior recomendación del cliente.

### 3.4. Planteamiento de la Propuesta

**Figura 12**

*Esquema general de las fases de la propuesta*

A continuación se presenta un esquema general de las fases inmersas en la propuesta ejecutada para mejorar la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.



*Nota:* Esquema general de las fases de la propuesta

#### 3.4.1. Fase I

En esta sección, inicialmente se hace un análisis de la matriz FODA, para determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y -Amenazas de la gestión de calidad llevada a cabo en la Importadora Manzana Rota antes de la aplicación de las estrategias propuestas.

#### **3.4.1.1. Análisis de Posicionamiento.**

Se llevará a cabo el análisis del entorno para identificar las oportunidades y amenazas, que puedan llegar a afectar o beneficiar el proceso de investigación, para ello se esquematiza la información detectada para visualizar de forma dinámica y poder comprender el proceso de ejecución de estrategias que pretenden dar respuesta a las problemáticas planteadas a inicio de la investigación.

**Tabla 19**

*Factores PESTEL del entorno externo de la importadora Manzana Rota.*

La presente matriz aborda de manera explícita las dimensiones política, económica, social, tecnológica, legal y ecológica; en las que tiene incidencia la temática planteada, considerando los factores e impacto de cada una para visibilizar de forma generalizada en entorno externo de la Importadora Manzana Rota.

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>FACTORES</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>IMPACTO</b>
<b>POLÍTICOS</b>	Disminución de impuestos en importación de dispositivos celulares y accesorios.	A la baja	Gobierno. Sociedad. Importadora Manzana Rota.	Oportunidad de alto impacto, porque con la disminución de impuestos, se traduce en una disminución del precio del producto al cliente.
	Legislación del mercado actual, en torno a las competencias gubernamentales y de control.	Mejora continua	Gobiernos locales. Sociedad. Importadora Manzana Rota	Oportunidad de alto impacto, por la mejora en los procesos de importación.
<b>ECONÓMICOS</b>	Incremento en las importaciones de dispositivos celulares y accesorios.	Al alza	Gobierno. Sociedad. Importadora Manzana Rota. Competencia.	Amenaza de alto impacto, porque los clientes dejarían de comprar frecuentemente.
	Ingresos económicos de los clientes actuales y potenciales.	Al alza.	Gobierno. Importadora Manzana Rota	Oportunidad de alto impacto, puesto que con el plan actual del gobierno se pretende incrementar paulatinamente los salarios.
<b>SOCIALES</b>	Oferta en la compra de accesorios celulares.	En aumento.	Importadora Manzana Rota. Competencia. Sociedad.	Oportunidad de alto impacto, puesto que al existir promociones de este tipo puede incentivar a los usuarios a hacer revisión técnica, bajo la premisa de la promoción de accesorios.
	Aumento de la delincuencia.	En aumento.	Importadora Manzana Rota. Competencia.	Amenaza de alto impacto, puesto que el centro de Ambato

			Sociedad.	crece en índice delictivo y esto puede perjudicar en la compra de productos.
<b>TECNOLÓGICOS</b>	Medios de información y difusión masivos.	Diversidad.	Gobierno. Sociedad. Importadora Manzana Rota Competencias.	Oportunidad de alto impacto, puesto que los medios de información son una gran ventaja competitiva para tener presencia sobre todo en redes sociales.
	Accesorios y servicio técnico para dispositivos celulares.	Innovación tecnológica.	Gobierno. Sociedad. Importadora Manzana Rota. Competencia.	Oportunidad de alto impacto, puesto que la con reducción de impuestos a los equipos celulares y accesorios también se redujeron los impuestos para los equipos de mantención.
<b>ECOLÓGICOS</b>	En lo que se refiere a la contaminación, por parte de equipos celulares nuevos y que ya han cumplido su tiempo de uso, existe poco control por parte de las autoridades de control.	Poco controlable.	Gobierno. Sociedad. Importadora Manzana Rota. Competencia.	Amenaza de medio impacto, esto es porque las autoridades de control dan los permisos correspondientes para las operaciones de la empresa.
<b>LEGALES</b>	Aumento de la demanda de equipos celulares. En este contexto, el Art.284 numeral 6 de la Constitución impulsa el empleo y todas las formas de trabajo, con el respeto a los derechos laborales.	Mejora continua	Gobierno. Sociedad. Importadora Manzana Rota	Oportunidad de alto impacto, puesto que, si se incrementa la venta de electrodomésticos, por ende, aumenta la venta de repuestos de los mismos.

**Nota:** Análisis de matriz pestel de la importadora Manzana Rota..

### 3.4.1.2. Análisis FODA de la importadora Manzana Rota en la ciudad de Ambato.

En la presente sección se realiza una esquematización de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades; en donde se determinan los indicadores y se muestran a través de un panel generalizado para un avistamiento global de la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Tabla 20**

*Determinación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*

<b>MATRIZ FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
1. Variedad de accesorios en diversas marcas.	1. No existen promociones de venta.
2. Precios más bajos que la competencia por ser importadores directos	2. Escasa o nula publicidad.
3. Garantía en todos los productos.	3. Poca amplitud de las instalaciones.
4. Prestación de servicio técnico personalizado y profesional.	4. Poca experiencia del personal de ventas.
<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Aumento de impuestos para la importación de equipos celulares.	1. Disponibilidad de medios de información y difusión masivos.
2. Aumento de la delincuencia en todo el país.	2. Aumento de la demanda de equipos celulares y accesorios.
3. Gran cantidad de competencia.	3. Incremento de los ingresos económicos de los clientes.
4. Incremento de importaciones en todo el sector.	4. Disminución de aranceles en la importación de estos dispositivos.

*Nota:* Matriz general foda de la importadora Manzana Rota..

### 3.4.1.3 Matriz FODA

*Matriz de evaluación de factores internos.*

A continuación, se presenta una evaluación de los factores internos de la Importadora Manzana Rota, en donde se aplica un peso y calificación, que arroja una ponderación total y permite plasmar los niveles de incidencia de cada elemento que interviene en la gestión de calidad, basándose en los indicadores de la matriz FODA presentada anteriormente.

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)</b>			
<b>FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFI CACIÓ N</b>	<b>TOTAL, PONDERAD O</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
1. Variedad de accesorios en distintas marcas	0,7	4	1,9
2. Precios más bajos que la competencia por ser importadores directos.	0,6	3	1
3. Garantía en todos los productos	0,17	3	0,4
4. Prestación de servicio técnico personalizado y profesional.	0,6	4	1,3
<b>DEBILIDADES</b>			
1. No existen promociones	0,1	3	0,2
2. Escasa o nula publicidad	0,16	4	0,46
3. Poca amplitud de las instalaciones.	0,1	3	0,3
4. Poca experiencia del personal de ventas	0,11	3	0,25
<b>TOTAL</b>	<b>2,54</b>		<b>5,81</b>

**Nota:** Evaluación de fortalezas y debilidades en la importadora Manzana Rota.

Nota. Evaluación de fortalezas y debilidades, Importadora Manzana Rota.

**Tabla 21***Matriz De Evaluación De Factores Externos (Efe)*

<b>Matriz De Evaluación De Factores Externos (Efe)</b>			
<b>FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFI CACION N</b>	<b>TOTAL, PONDERAD O</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1. Disponibilidad de medios de información y difusión masivos	0,2	3	0,6
2. Aumento de la demanda de equipos celulares y accesorios	0,15	3	0,45
3. Incremento de los ingresos económicos de los clientes	0,11	3	0,33
4. Disminución de aranceles en la importación de repuestos	0,1	3	0,3
<b>AMENAZAS</b>			
1. Aumento de impuestos para la importación de equipos celulares	0,12	3	0,36
2. Aumento de la delincuencia en todo el país	0,1	3	0,3
3. Gran cantidad de competencia	0,15	2	0,3
4. Incremento de importaciones en todo el sector	0,17	2	0,34
<b>TOTAL</b>	<b>1,1</b>		<b>2,98</b>

*Nota:* Evaluación de oportunidades y amenazas en la importadora Manzana Rota



### 3.4.1.4 Fase II

#### 3.4.1.5 Determinación de las Estrategias.

En respuesta a las problemáticas antes mencionadas, se consideran una serie de estrategias para dar solución a estas, las cuales consiste en los siguientes:

- La primera estrategia se refiere a la ejecución del sistema digital *Blueprint*, que consiste en un diagrama en donde se pueden visualizar la relación entre los servicios prestados por la importadora Manzana Rota. Este método se enfoca en el servicio ofrecido por la empresa, aunque se evidencia la relación cliente-servicio-negocio. La idea es crear un viaje de la experiencia del cliente, en donde este se sienta inmerso en el proceso de servicio.
- Implementación de *Customer Journey Map*, que a diferencia del *Blueprint* se centra en el consumidor más que en el servicio brindado, este es un conjunto de interacciones que organizan el proceso para adquirir el servicio prestado por la empresa, en este caso la Importadora Manzana Rota.
- Ejecutar una serie de capacitaciones a los empleados y directiva de la Importadora Manzana Rota, por parte de profesionales en materia Gestión de Calidad, para consolidar la satisfacción del cliente y aumentar la productividad de la Importadora Manzana Rota.

#### 3.4.1.6. Fijación de objetivos

Para la fijación de los objetivos de las estrategias propuestas, se toman en consideración las fallas detectadas anteriormente, para brindar soluciones prácticas que promuevan una funcionalidad eficiente en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota y garanticen la satisfacción del cliente.

**Tabla 22**

*Fijación de objetivos para la importadora Manzana Rota*

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC), utilizando el <i>software blueprint</i> para evaluar la satisfacción de los clientes de la importadora Manzana Rota.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ejecutar el software <i>blueprint</i>, dirigido a la prestación de servicios de Importadora Manzana Rota.</li><li>• Ejecutar un plan de capacitaciones dirigido a los empleados y directiva de la Importadora Manzana Rota.</li></ul>

- 
- Capacitar a los empleados de la importadora Manzana Rota, en pro de mejorar la gestión de calidad.
  - Consolidar los procesos de calidad, para aumentar la productividad de la importadora Manzana Rota.
  - Implementar la herramienta *Customer Journey Map*, enfocada en el consumidor, para promover la satisfacción del cliente y aumentar la productividad de la Importadora Manzana Rota.
- 

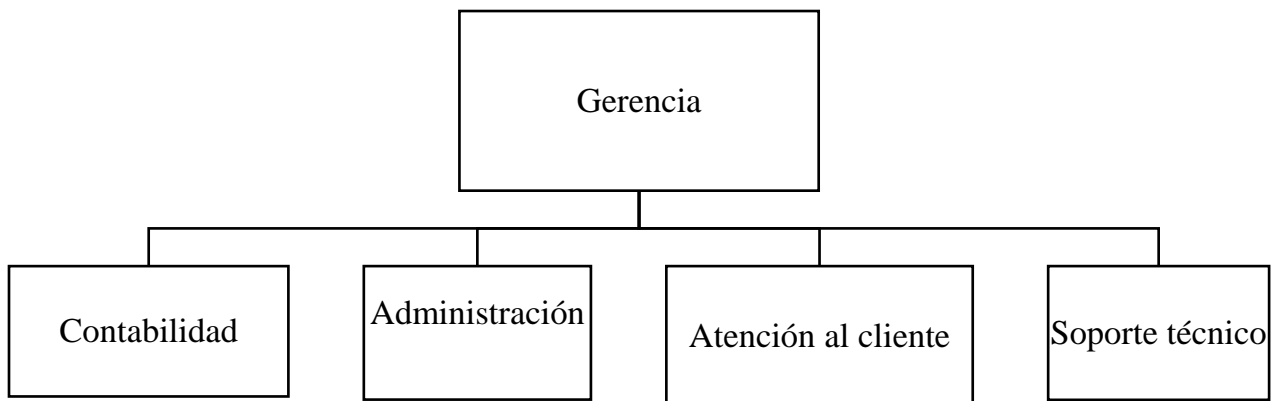
*Nota. Fijación de objetivos*

### **Fase III**

En esta sección se muestra la comparación del esquema organizacional de la Importadora Manzana Rota antes de la aplicación de las estrategias propuestas, en donde se visualiza una estructura sencilla y lineal; a diferencia del ordenamiento posterior a las estrategias ejecutadas, en la cual se establece un proceso sistematizado orientado a la atención al cliente y satisfacción del mismo, desde el recibimiento hasta la facturación del servicio.

### **Figura 13**

*Organigrama de la empresa importadora Manzana Rota*

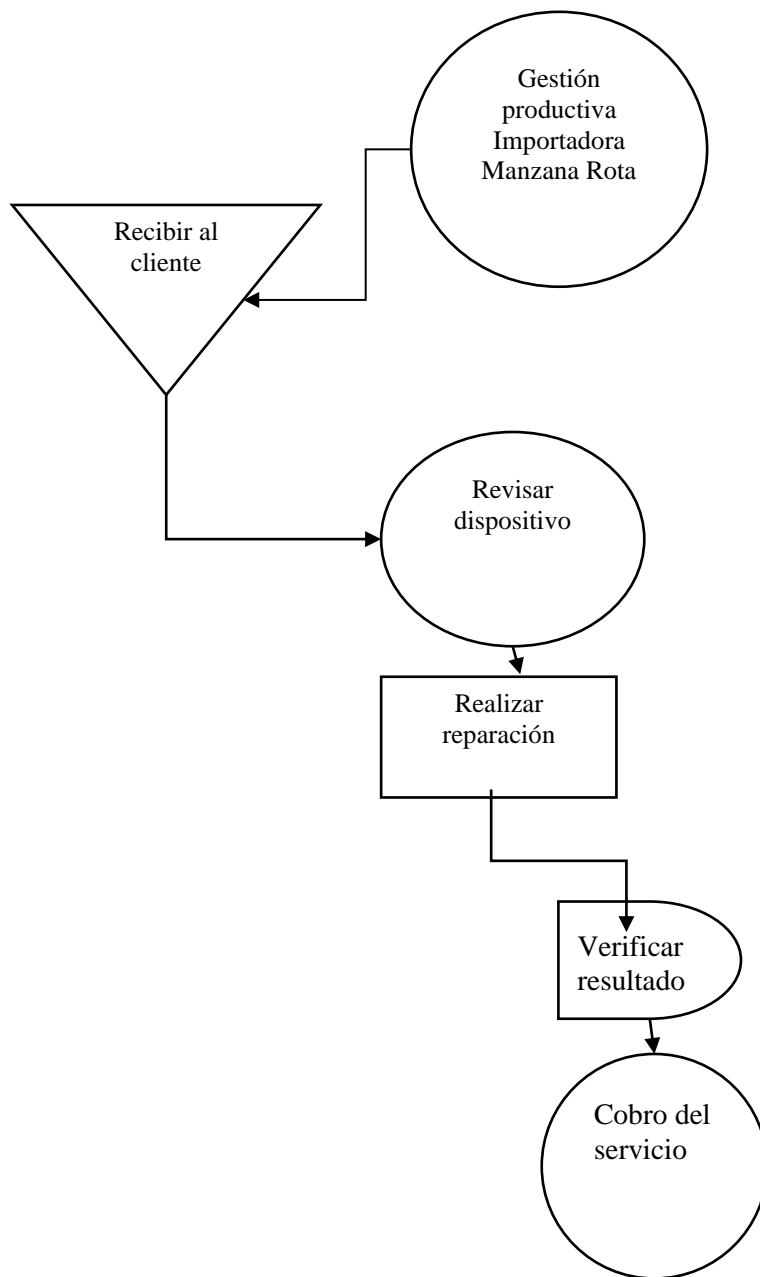


*Nota:* Organigrama de la Importadora Manzana Rota.

Se presenta a continuación un flujograma de la estructura actual en la gestión de servicio de la Importadora Manzana Rota, en donde se expone todo el proceso de atención al cliente, desde el recibimiento hasta la facturación.

**Figura 14**

*Flujograma actual de la gestión productiva de la Importadora Manzana Rota*



*Nota:* Flujograma del proceso de gestión antes de la aplicación de las estrategias propuestas

## **Elaboración y Ejecución de Estrategias**

Basándose en los resultados obtenidos en la encuesta anterior, se puede evidenciar la necesidad de ejecutar la propuesta y estrategias para mejorar el Sistema de Gestión de Calidad. Se debe considerar, que el agrado del cliente con respecto al servicio recibido influye proporcionalmente en la satisfacción de sus requerimientos y su posterior recomendación de la empresa. El proceso de calidad da inicio desde el primer contacto con el usuario, siendo un recorrido que pasa por la prestación del servicio y finaliza con el trabajo terminado y posteriormente el método seleccionado para medir la satisfacción del cliente.

## Customer Journey Map

Este instrumento permite mejorar la experiencia de los clientes, enfocada en la gestión empresarial, esto a través de un mapa que traza el primer contacto y hace un recorrido hasta el final del proceso. Deben definirse eventos claves, motivaciones y problemáticas dentro del recorrido.

**Tabla 23**

*Esquema proceso Customer Journey Map*

Customer Journey Map	Etapas de conciencia	Etapas de consideración	Etapas de decisión
¿Qué está pensando el cliente?			
¿Cuál es la acción del cliente?			
¿Qué o en dónde está buscando el cliente?			
¿Cómo motivaremos al comprador a lo largo de su viaje con nosotros en mente?			

*Nota:* Customer Journey Map

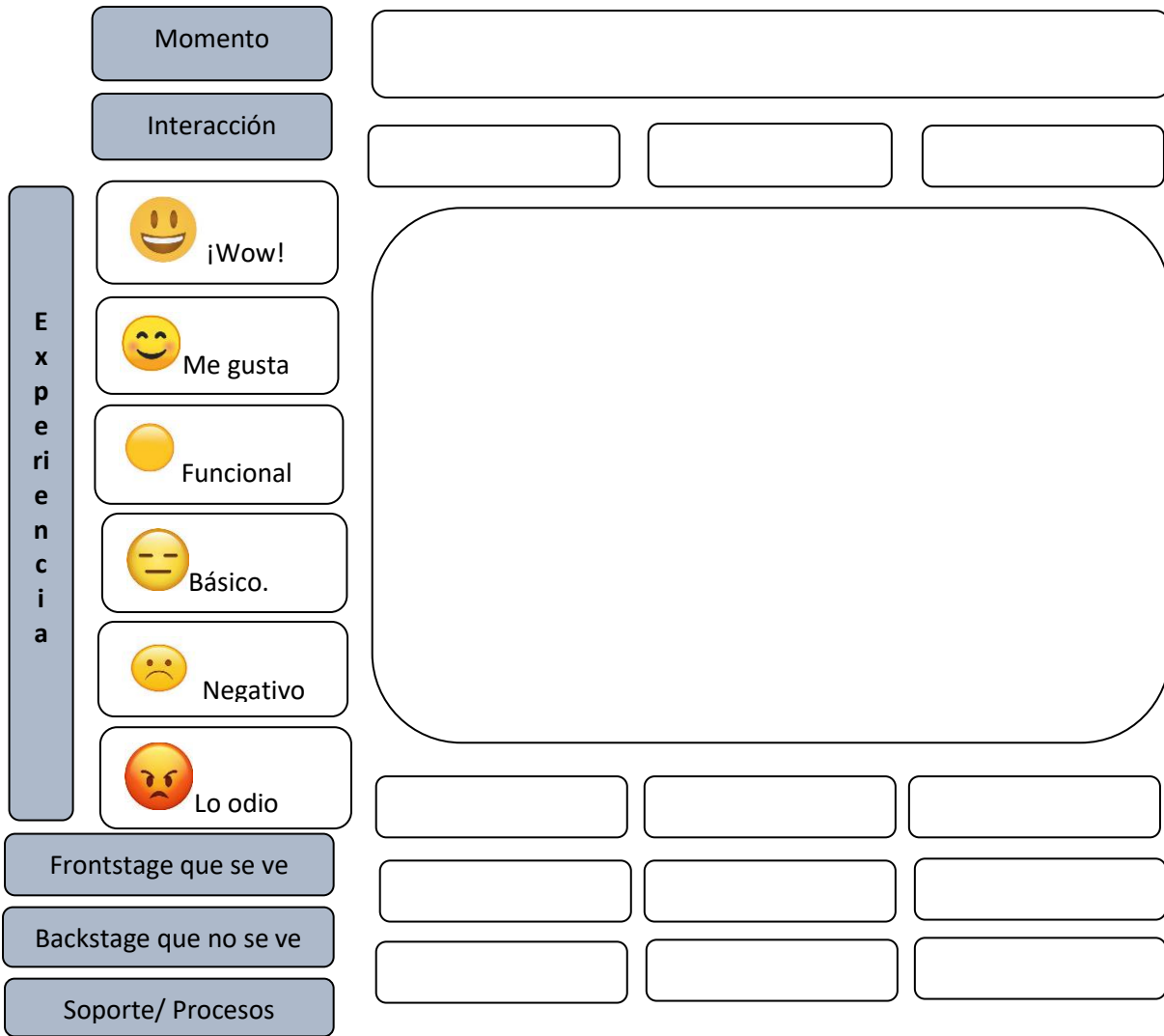
## Service Blueprint

Es una herramienta creada para aumentar la calidad de servicio y mejorar la experiencia de los usuarios que intervienen en la funcionalidad de una empresa. Fue invención de Lynn Shostack en el año 1984 y se utiliza por medio de diagramas que visualmente permiten entender el proceso que conlleva la prestación de servicio, a partir del criterio del usuario.

Esto facilita la identificación de las fallas existentes en la gestión de calidad para mejorar o crear nuevas medidas para comodidad de los clientes y se implementará de la siguiente manera:

**Figura 15**

*Matriz de Service Blueprint que se ejecutará en la propuesta de esta investigación para mejorar la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota*



*Nota:* Diseño propuesto de blueprint

## Aplicabilidad de las Estrategias Propuestas

En este apartado, se demuestra a través de un diseño sencillo de Customer Journey Map, el recorrido del proceso de gestión paso a paso, partiendo de la satisfacción del cliente como objetivo y considerando los aspectos fundamentales para esta.

**Tabla 24**

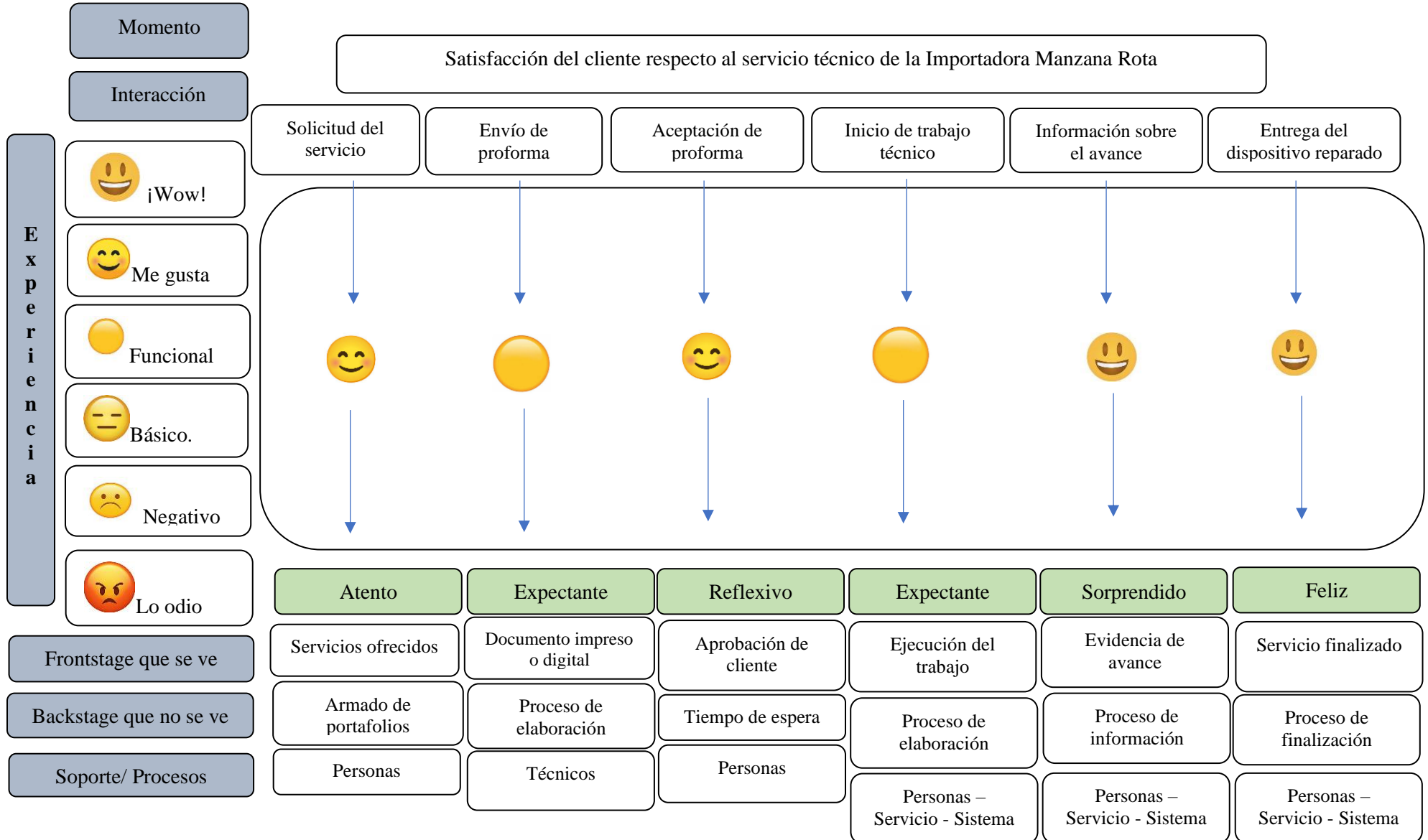
*Esquema de Customer Journey Map para ejecutar la estrategia de mejoramiento de gestión de calidad.*

<b>PROCESO</b>	<b>CONCIENCIA</b>	<b>ADQUISICIÓN</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>LEALTAD</b>
<b>PUNTO DE CONTACTO</b>	Inicio de solicitud de proforma para acceder a la reparación del dispositivo.	Aprobación de proforma	Culminación de la reparación y entrega del dispositivo.	Seguimiento post-entrega.
<b>PENSAMIENTO DEL CLIENTE</b>	Inseguridad sobre oferta a recibir.	Inseguridad sobre contrato de servicio.	Recibir lo establecido en el contrato.	Fidelidad para próximo trabajo.
<b>EXPERIENCIA GENERAL DEL CLIENTE</b>				
<b>PUNTOS DE DOLOR</b>	Tiempo de espera de proforma.	Comparar con otras ofertas.	Aceptación del trabajo por parte del cliente.	Admitir el seguimiento.
<b>IDEAS PARA MEJORAR</b>	Contar con un catálogo digital.	Ofrecer descuentos especiales por consumos altos.	Diseñar entregas de accesorios novedosos.	Crear base de datos de clientes para envío periódico de ofertas.

*Nota:* Análisis de la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Figura 16**

Esquema de *blueprint* para la ejecución de la estrategia propuesta para favorecer la satisfacción del cliente





## Plan de Capacitaciones

La propuesta de un plan de capacitaciones se fundamenta en la orientación de los empleados y directiva de la Importadora Manzana Rota hacia la atención al cliente y su satisfacción, estableciendo una cartilla de información estándar sobre precios y servicios para promover una funcionalidad eficiente. Las capacitaciones serán guiadas por profesionales en materia de servicio técnico especializado, atención al cliente, gestión de calidad y afines.

### Tabla 25

#### *Plan de capacitación para gestión de calidad para importadora Manzana Rota*

A continuación, se presentan las características principales del plan de capacitaciones para el personal que labora en la Importadora Manzana Rota, así como las temáticas a abordar para promover una preparación completa a todos los participantes del proceso que garantice el desarrollo productivo y la satisfacción de los clientes de la Importadora Manzana Rota.

<b>EMPRESA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>IDEAS GROUP CAPACITACIÓN EMPRESARIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- El responsable de llevar a cabo la actividad es el gerente de la sucursal principal de almacenes “La Ganga”.</li><li>- Se realizará la entrega de carpetas personalizadas con el logo de la empresa.</li><li>- Se adjunta el cronograma y los temas que serán impartidos por la empresa IDEAS GROUP la cual será la encargada de brindar la capacitación.</li><li>- Se entregará una memoria USB con la información de la capacitación.</li><li>- La duración será de dos horas diarias.</li><li>- La capacitación será realizada en los meses de junio, julio, agosto, septiembre, y octubre.</li><li>- Horario de 10:00 a 12:00.</li><li>- Lugar: Salón de eventos Casa Blanca.</li></ul>
<b>TEMAS A SER TRATADOS</b>	<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Estrategias para brindar una mejor atención al cliente.</li><li>- Estrategias para comunicarse con el cliente.</li><li>- Estrategias para la atención efectiva de quejas y reclamos.</li><li>- Como manejar a un cliente complicado.</li></ul> <b>VENTAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Administración del tiempo.</li><li>- Planificación de ventas.</li><li>- Técnicas para negociar.</li><li>- Técnicas para ventas por teléfono.</li></ul>

- 
- Presentaciones de venta.

### **TRABAJO EN EQUIPO**

- El significado de la actitud y aptitud.
- Relación entre mi actitud y mi personalidad.
- La actitud es causa o efecto.
- Relación de mi actitud con el ambiente laboral.
- El proceso de comunicación.
- Trabajo en equipo enfocado a resultados.
- Responsabilidad de los miembros del equipo.

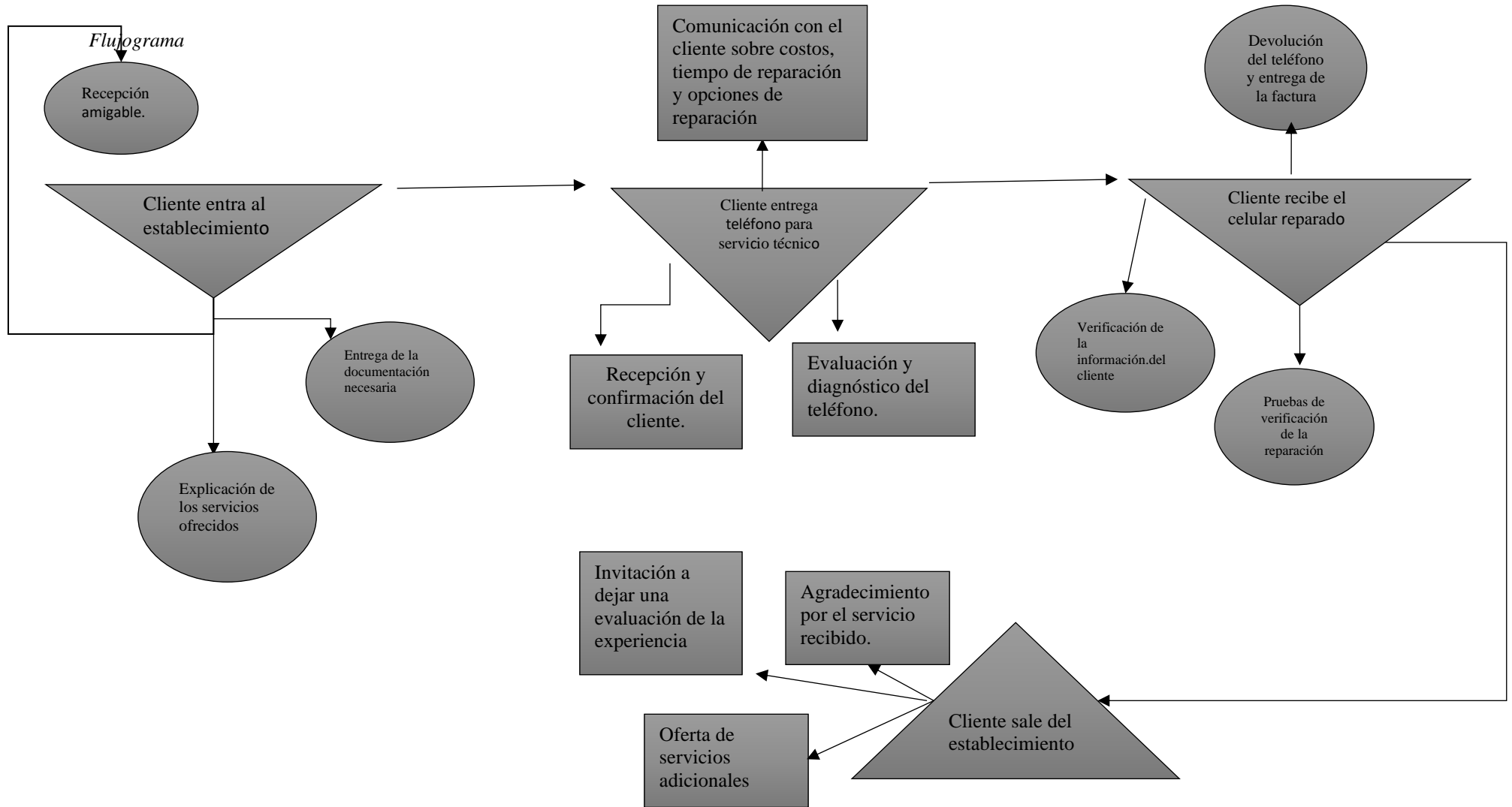
### **MOTIVACIÓN Y RELACIONES HUMANAS**

- El manejo de las emociones.
- La importancia de conocer las emociones.
- La conciencia del otro.
- Comunicación asertiva.
- Comunicación efectiva.
- Los elementos de la comunicación.
- La comunicación como base para alcanzar resultados.

---

*Nota:* Plan de capacitaciones para gestión de calidad para importadora Manzana Rota

**Figura 17**



*Nota:* Flujograma de la Importadora Manzana Rota posterior a la implementación de las estrategias propuestas

## Evaluación de Resultados

A continuación, se implementa una evaluación que consta de una pregunta, la cual se realizó a una población aleatoria de 65 personas, posterior a la ejecución de las estrategias propuestas para mejorar el Sistema de Gestión de Calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Tabla 26**

*Esquema de evaluación del proceso de gestión de calidad a los empleados de la Importadora Manzana Rota*

¿Cómo califica la atención y gestión de la Importadora Manzana Rota?					
	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Pésima
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					
41					
42					
43					
44					
45					
46					
47					
48					
49					
50					
51					
52					
53					
54					
55					
56					
57					

58					
59					
60					
61					
62					
63					
64					
65					

*Nota:* Evaluación de estrategias de la Importadora Manzana Rota

Como puede evidenciarse en la tabla anterior, los índices de gestión de calidad han aumentado luego de que se implementaron las estrategias propuestas para reforzar la satisfacción del cliente de la Importadora Manzana Rota.

## **Discusión**

Los resultados muestran que los clientes no están satisfechos con el servicio de la importadora Manzana Rota, por lo que es necesario implementar una estrategia de mejora continua. Esta estrategia implicará recopilar información de los clientes y usarla para implementar mejoras. Esto permitirá a la importadora Manzana Rota identificar y mejorar los puntos débiles de su servicio.

Es importante que la importadora Manzana Rota mejore su capacitación y motivación del personal, así como su comunicación con los clientes. Esto contribuirá a mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Para lograrlo, deben buscar formas de mejorar la comunicación con los clientes, como responder a los clientes de manera oportuna u ofrecerles información relevante.

La empresa Manzana Rota debe mejorar su planificación de pedidos y coordinación entre departamentos, notificar a los clientes sobre posibles retrasos, evaluar sus procesos de entrega para identificar causas, y ofrecer medidas de recompensa para aquellos clientes que soporten retrasos, para mejorar la satisfacción de los clientes.

La empresa debe mejorar la tecnología de diagnóstico de equipos, aumentar el número de técnicos y el suministro de repuestos, mejorar los procesos de reparación, ofrecer un mejor servicio de comunicación a los clientes y ofrecer alternativas de reparación, como la reparación en línea. También debe considerar la implementación de un sistema de calificación para evaluar el desempeño de los técnicos y garantizar la eficacia de la reparación.

La importadora Manzana Rota debe tomar medidas para mejorar su percepción por parte de los clientes. Esto incluye la implementación de procesos y normas de calidad más estrictos, mejorar la comunicación con los clientes para aclarar los productos y servicios ofrecidos, realizar encuestas periódicas para monitorear la percepción de los clientes y ajustar la calidad de los repuestos, así como mejorar el servicio de atención al cliente. Esto garantizará que los clientes reciban un servicio de calidad y se sientan satisfechos al hacer negocios con la empresa.

Se recomienda que la empresa Manzana Rota realice un análisis de su servicio de garantías y de atención al cliente, implemente un programa de asistencia al cliente y

capacite a sus operadores para mejorar su nivel de experiencia y experticia. Además, se sugiere ofrecer incentivos a los operadores y evaluarlos con regularidad para garantizar su desempeño óptimo.

La empresa Manzana Rota debe realizar una revisión a fondo de su estrategia de calidad de servicio para satisfacer las necesidades de sus clientes. Deben evaluar los estándares de calidad de sus servicios, establecer un proceso para vigilar la estrategia de calidad de servicios, implementar prácticas de mejora continua y comprometer a todos sus empleados con la estrategia de calidad de servicios. Esto ayudará a la empresa a mejorar su imagen y aumentar el número de clientes satisfechos.

Para mejorar el posicionamiento de la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato, es importante identificar sus debilidades y fortalezas para luego implementar estrategias adecuadas que mejoren su posicionamiento en el mercado. Estas estrategias incluyen mejorar la calidad y variedad de los productos, mejorar la atención al cliente, mejorar la publicidad, mejorar la presencia en línea, ofrecer descuentos y promociones, etc.

En base a los resultados de la encuesta, se puede concluir que la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que un cambio de visión puede mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por la importadora. Esto sugiere que la importadora Manzana Rota debe considerar realizar algunos cambios en su visión para satisfacer las necesidades de sus clientes. Además, la dirección de la empresa debe considerar la opinión de los encuestados, realizar un análisis de los datos recolectados y tomar decisiones con base en los resultados. Finalmente, la empresa debe estar abierta a la discusión y a la consideración de nuevas ideas para mejorar su visión y los servicios que ofrece.



## Conclusiones

La gestión de la calidad se centra en la satisfacción del cliente, que es el objetivo principal de todos los procesos de la empresa. Para lograr este objetivo, se establece una serie de pasos para identificar los problemas de calidad en los procesos de la empresa y desarrollar un plan de mejoría. Esto implica el uso de herramientas de medición de calidad como la auditoría, el análisis de datos y la verificación de los resultados para garantizar que los procesos y productos cumplan con los estándares de calidad establecidos. Es importante entender los diferentes niveles de calificación del servicio prestado por la importadora Manzana Rota. Según los resultados, el 18,46% de los clientes calificaron su servicio como Sobresaliente o Muy Bueno, mientras que el 81,54% calificaron su servicio como Bueno o Malo. Esto indica una tendencia clara de que los clientes no están del todo satisfechos con el servicio que ofrece la importadora Manzana Rota. La importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato debe realizar una revisión a fondo de su estrategia de calidad de servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes. Debe evaluar los estándares de calidad de sus servicios y asegurarse de que estén al nivel de los mejores de la industria, así como establecer un proceso para vigilar su estrategia de calidad de servicios. Finalmente, debe implementar prácticas de mejora continua para garantizar que la calidad de sus servicios esté en progreso, asegurándose que todos sus empleados estén comprometidos con la estrategia de calidad de servicios para asegurar que los estándares se cumplan.

## **Recomendaciones**

Para mejorar la gestión de la calidad en la empresa, se debe desarrollar un plan de calidad a largo plazo que incluya la implementación de herramientas de medición de calidad, así como la realización de auditorías regulares para asegurar que los procesos y productos cumplan con los estándares de calidad establecidos. Es importante que se establezcan objetivos claros para medir el desempeño de la empresa en relación con la satisfacción del cliente. Revisar el servicio y tomar las medidas necesarias para mejorar la calidad del mismo. Esto incluiría implementar nuevas estrategias para desarrollar la atención al cliente, mejorar la calidad del servicio y garantizar la satisfacción de los clientes. La Importadora Manzana Rota debe proporcionar una forma de retroalimentación al cliente para que la empresa pueda entender mejor las necesidades de sus clientes y mejorar su servicio. La importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato debe fortalecer su sistema de calidad de servicios mediante la evaluación de los estándares, el establecimiento de un proceso para vigilar la estrategia, la implementación de prácticas de mejora continua y el compromiso de todos los empleados con las estrategias propuestas. Estas medidas garantizarán que los estándares se cumplan y que la calidad de los servicios de la importadora sea eficiente y satisfactoria para el cliente.

## Referencias Bibliográficas

- Acosta, M. (2020). *Modelo de gestión empresarial del Ecuador. POCAIP*.  
<https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/218>
- América Móvil. (1993). *Consortio Ecuatoriano de Telecomunicaciones S.A.* Quito, Ecuador.
- Bustamante, M. (2019). *Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual*.  
*Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Cañar, J. (2021). Modelos de gestión empresarial centrados en la innovación como ventaja competitiva. Una mirada a las PYMES de Manta. *Dialnet*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926827>
- Collantes, Á. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Revista científica Epistemia*.  
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/1322>
- De la Garza, M. (2020). El liderazgo de servicio en relación al involucramiento en el trabajo. *Revista Espacios*.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n08/20410830.html>
- Del Carmen, J. (2019). Lineamientos y estrategias para mejorar la calidad de la atención en los servicios de salud. *Scielo Analytics*.  
<https://www.scielo.org/article/rpmesp/2019.v36n2/288-295/es/>
- Delgado, J. (2021). La investigación científica: su importancia en la formación de investigadores. *Ciencia Latina. Revista multidisciplinar*.  
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/476>

- Díaz, G. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Scielo Analytics*. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci\\_arttext](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci_arttext)
- Espinosa, J. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392>
- Estupiñán, R. (2022). Impacto de la investigación jurídica a los problemas sociales postpandemia en Ecuador. *Universidad y Sociedad*. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3322>
- Estupiñán, V. (2019). Análisis de la Situación Actual del Servicio Público de Telefonía Fija frente al Servicio de Telefonía Móvil en el Ecuador. *Revista ingenio*. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/INGENIO/article/view/1628>
- Fernandez, L. (2019). La evolución de la calidad de servicio como un factor principal en las empresas de telecomunicaciones. *Repositorio de tesis. Universidad Peruana Unión*. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2546>
- Gómez, E. (2020). El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI. *Revista gestión y desarrollo libre*. <http://biblos.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/460>
- Huertas, T. (2020). Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración. *Scielo Analytics*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000100165&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000100165&script=sci_arttext&tlng=en)
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Revista científica. Horizonte Empresarial*. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648>

- Lora, H. (2020). La gestión por competencias como estrategia para el mejoramiento de la eficiencia y la eficacia organizacional. *Dialnet*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7511954>
- Medina, I. (2021). La construcción de inferencias en la comprensión lectora: una investigación correlacional. *Repositorio Universidad de Murcia*.  
<https://revistas.um.es/educatio/article/view/451971>
- Mendoza, A. (2019). Importancia de la enseñanza de la metodología de la investigación científica en las ciencias administrativas. *Dialnet*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6989278>
- Ministerio de Economía de la República de Argentina. (1968). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Buenos Aires, Argentina.
- Miranda, S. (2021). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Scielo Analytics*.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672020000200164&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672020000200164&script=sci_arttext)
- Ormaza, M. (2021). Gestión de calidad y crecimiento: Análisis biométrico. *Revista venezolana de gerencia*.  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29066223021/29066223021.pdf>
- Ortiz, J. (2021). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Scielo Analytics*.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672020000200164&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672020000200164&script=sci_arttext)
- Ospino, J. (2022). Aplicación del Modelo E-S-Qual en una Empresa de Red de Telefonía Celular en el. *Repositorio Institucional. Universidad de Santander*.

<https://repositorio.udes.edu.co/server/api/core/bitstreams/3ad37437-d1c7-456a-a88e-15b219be7958/content>

- Palma, P. (2021). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz, 2018. *Repositorio institucional. ULADECH Católica*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22856>
- Perdominici, N. (2022). Diseño para escenarios futuros: Desarrollo de un entorno 3D. *Universidad siglo 21*. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/25680>
- Pérez, R. (2019). Análisis de ecuaciones estructurales: Gestión de calidad y satisfacción del cliente. *Holguín Ciencias*. : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181559111004>
- Quijano, R. (2020). Estructura organizacional en las prácticas de liderazgo. *Revista electrónica sobre cuerpos académicos y grupos de investigación en Iberoamérica*. <http://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/209>
- Ramos, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *Cienciamérica*. <http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/336>
- Rodríguez, G. (2020). Blueprint como herramienta de mejora de proceso en una empresa de servicios del estado Lara. *Revista científica "Teorías, enfoques y aplicaciones en las ciencias sociales"*. <https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/3060>
- Romero, D. (2020). Estrategia y ventaja competitiva. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687051>
- Ruiz, S. (2021). Liderazgo sostenible. Hacia un nuevo modelo de empresa y gobernanza. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8039345>

- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Scielo Analytics*.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2223-25162019000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2223-25162019000100008&script=sci_arttext)
- Superintendencia de telecomunicaciones. (2015). Agencia de REgulación y Control de las Telecomunicaciones. Quito, Ecuador.
- Ulloa, C. (2019). Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro telecomunicaciones Otuzco, 2019. *ULADECH Católica*.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/18036>
- Valenzuela, N. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista geon. Gestión Organización y Negocios*.  
<https://revistageon.unillanos.edu.co/article/view/159>
- Vallejo, C. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíriitu de emprendedor tes*.  
<http://espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/207>
- Vega, G. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cunatitavo y cualitativo. *European Scientific Journal (European Scientific Institute)*.  
<https://core.ac.uk/reader/236413540>
- Vergara, S. (2021). El papel de las capacidades productivas y tecnológicas en la dinámica de las exportaciones de los países en desarrollo. *Repositorio institucional. CEPAL*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/47075>

Zavala, F. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Dialnet*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>

Zúñiga, L. (2023). Estudio de factibilidad de la empresa "Jehome - Reparaciones y Multiservicios. *Repositorio institucional. Universidad de Azuay*.

<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12896>



# **ANEXOS**

## **Anexo 1: Encuesta**

### **ENCUESTA PARA DETERMINAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ENTORNO A LA EXPERIENCIA Y LA CALIDAD PERCIBIDA DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA IMPORTADORA MANZANA ROTA DE LA CIUDAD DE AMBATO**

Buenos días, mi nombre es David Camacho, y, soy alumno de la Universidad de las Américas de la Maestría Dirección de Empresas, mención gestión de empresas y servicios. Necesito de su colaboración para llenar la siguiente encuesta respecto a la satisfacción del cliente y la calidad percibida de los servicios prestados por la importadora Manzana Rota de la ciudad de Ambato. El objetivo de esto es realizar una investigación del nivel de satisfacción que en la actualidad tienen los clientes y potenciales clientes de la empresa, para así identificar las falencias y determinar las acciones correctivas.

#### **Instrucciones:**

- La encuesta dura un tiempo aproximado entre 4 a 5 minutos
- La información recolectada tendrá un tratamiento confidencial y será utilizada únicamente para los fines respectivos
- escoja la respuesta que usted crea pertinente

#### **1.- ¿Cómo califica el servicio brindado por la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?**

Sobresaliente

Muy Bueno

Bueno

Malo

#### **2.- ¿La empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, ha cumplido con los tiempos de entrega que han ofrecido?**

Siempre

A veces

Nunca

**3.- ¿Cómo califica el tiempo de reparación de dispositivos en la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?**

Rápido

Demorado

Lento

**4.- ¿Cree que la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cuenta con repuestos de calidad?**

Siempre

A veces

Nunca

**5.- ¿Le ofrecen garantía en la reparación y repuestos en la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?**

Siempre

A veces

Nunca

**6.- ¿En qué grado cree que los operadores de servicio de la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cuentan con experiencia y experticia en arreglo y mantenimiento de dispositivos?**

Alto

Medio

Bajo

**7.- ¿Recomendaría los servicios de la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, a su círculo social y de familiares?**

Siempre

A veces

Nunca

**8.- ¿En qué grado recomendaría un cambio de estrategia en cuanto a la calidad de los servicios de la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?**

Alto

Medio

Bajo

**9.- ¿Qué nivel de posicionamiento, en relación a otras empresas, piensa que se encuentra la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato?**

Alto

Medio

Bajo

**10.- ¿Cree necesario que la empresa Manzana Rota de la ciudad de Ambato, cambie su visión en cuanto al ofrecimiento de sus servicios?**

Siempre

A veces

Nunca

**Anexo 2: Entrevistas**

**Entrevista aplicada al gerente y trabajadores de la importadora Manzana Rota**

**Nombre y apellido:** Christian Meléndez.

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

**1.- ¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**2.- ¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3.- ¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?**

.....  
.....  
.....

.....  
.....

**4.- ¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**5.- ¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Nombre y apellido:** Andrés Jiménez.

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

**1.- ¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**2.- ¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3.- ¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**4.- ¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**5.- ¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



**Nombre y apellido:** Santiago Castro.

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

**1.- ¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**2.- ¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3.- ¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**4.- ¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**5.- ¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Nombre y apellido:** Ricardo Galarza .

**Breve contexto de la entrevista:** Resolución de problemas y equipamiento de la Importadora Manzana Rota para Satisfacción del cliente.

**Objetivo de la entrevista:** Determinar las posibles fallas en la gestión de calidad de la Importadora Manzana Rota.

**Fecha:** 03/04/2023

**Tiempo de la entrevista:** 10 min

**1.- ¿Se establecen los procesos necesarios que ayuden en la satisfacción de los clientes?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**2.- ¿Se practica la puntualidad en cuanto a los horarios de apertura y cierre del local?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3.- ¿Las instalaciones en las que se lleva a cabo el negocio, facilitan la atención al cliente?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**4.- ¿Los equipos para la reparación de los celulares son adecuados y están acorde con el avance de la tecnología?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**5.- ¿Soluciona de manera eficaz los reclamos de los clientes en el momento oportuno?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....