



Facultad de Posgrados

**La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de
Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee,
Ecuador.**

**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

AUTORA

Dafne Montesinos Rivera

Año

2023



FACULTAD DE POSGRADOS

La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee, Ecuador.

Autora

Dafne Montesinos Rivera

Resumen

La presente propuesta de investigación se dirige a examinar cómo la calidad del servicio proporcionado por Marley Coffee, Ecuador, puede tener un impacto en la satisfacción de sus clientes. La calidad surge como un componente esencial para el crecimiento y la consolidación de cualquier empresa, delineando su cultura organizacional y su enfoque en la toma de decisiones para la consecución de objetivos y la mejora del posicionamiento en el mercado.

El objetivo central de este proyecto consiste en evaluar cómo la calidad de Marley Coffee, Ecuador, incide en su nivel de productividad y en la eficiencia de su función como emprendimiento. Se inicia un análisis de su estructura actual, abarcando aspectos como su equipo humano, la capacidad para asumir responsabilidades y funciones, la comunicación interna, la toma de decisiones y la configuración de las herramientas asignadas para sus procesos, tanto administrativos como operativos.

Mediante la consulta de literatura especializada y la investigación de estudios de caso, se identifican las mejores prácticas y tendencias que podrían ser implementadas en Marley Coffee, Ecuador. A partir de los hallazgos derivados de este análisis, se plantean recomendaciones detalladas para mejorar la calidad del servicio, abordando aspectos como la capacitación, la organización interna y la productividad mediante el control y seguimiento meticuloso de las operaciones, con el fin de optimizar los procesos de mantenimiento y potenciar la productividad de la empresa.

Para la recolección de datos pertinentes y significativos se emplean enfoques de investigación mixta, que involucra la revisión de procedimientos internos y documentación relevante, así como la realización de encuestas. Las recomendaciones propuestas están diseñadas para guiar a la empresa en la realización de cambios y ajustes necesarios para aumentar su eficacia y mejorar su posición en el mercado competitivo de la venta de café.

Palabras claves: cliente, calidad, satisfacción, experiencia, café.

Abstract

The present research proposal aims to examine how the quality of service provided by Marley Coffee, Ecuador, can impact customer satisfaction. Quality emerges as an essential component for the growth and consolidation of any company, shaping its organizational culture and guiding decision-making approaches to achieve objectives and enhance market positioning.

The central objective of this project is to evaluate how the quality of Marley Coffee, Ecuador, influences its level of productivity and the efficiency of its role as a business venture. An analysis of its current structure is undertaken, encompassing aspects such as its human team, capacity to undertake responsibilities and functions, internal communication, decision-making, and the configuration of tools assigned to both administrative and operational processes.

Through consultation of specialized literature and research of case studies, best practices and trends that could be implemented in Marley Coffee, Ecuador, are identified. Based on findings from this analysis, detailed recommendations are put forth to enhance service quality, addressing aspects such as training, internal organization, and productivity through meticulous control and monitoring of operations, with the aim of optimizing maintenance processes and boosting the company's productivity.

Mixed research approaches, involving the review of internal procedures and relevant documentation, as well as the conduct of surveys, are employed to gather pertinent and significant data. The proposed recommendations are designed to guide the company in making necessary changes and adjustments to increase effectiveness and improve its position in the competitive coffee sales market.

Keywords: customer, quality, satisfaction, experience, coffee.

Índice de Contenidos

Contenidos	Página N.
Resumen.....	iii
Introducción.....	1
La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee Ecuador.....	3
Objetivos	3
<i>General</i>	3
<i>Específicos</i>	3
Justificación.....	3
Antecedentes	4
Identificación de la Problemática.....	7
Metodología, Técnicas e Instrumentos	11
Investigación Mixta.....	11
Técnicas e Instrumentos	12
Planteamiento Hipotético	15
Alcance del Estudio.....	15
Capítulo I.....	17
Marco Teórico	17
Antecedentes y Generalidades	17
Capítulo II.....	27

Analizar el Diagnóstico Situacional de la Empresa Marley Coffee, Ecuador	27
Definir la Situación Actual de la Empresa	27
<i>Cronología de la Empresa</i>	27
<i>Ubicación Geográfica</i>	28
<i>Planificación Estratégica</i>	29
Misión y Visión. Según Marley Coffee, Ecuador (2023), cuenta con su misión, visión, valores de marca, y son:.....	30
<i>Tamaño de la empresa</i>	30
<i>Situación en el Mercado</i>	30
<i>Líneas de Productos y Servicios Ofertados</i>	32
<i>Estructura Organizacional</i>	33
<i>Situación Financiera</i>	36
Análisis de las Ventas de la Empresa Marley Coffee, Ecuador año 2021, 2022 y 2023.....	36
Capítulo III.....	37
Analizar el Entorno Interno y Externo de la Empresa Marley Coffee Ecuador.....	37
Introducción.....	37
Análisis FODA.....	38
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	40
Las 7 P del Marketing de la Empresa Marley Coffe, Ecuador.....	45
Análisis de Mercado	51
Encuestas respecto al Análisis sobre el Servicio de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café Marley Coffee, Ecuador según Encuestas a los Clientes.....	60

Capítulo IV	69
Propuesta de Mejora con Base en las Necesidades Identificadas en la Organización ..	69
Objetivo General	69
Objetivos Específicos	69
Justificación.....	70
Propuesta de la Implementación de un Programa de Capacitación al Personal Técnico.....	70
Propuesta para la Implementación de los ODS (12, 16 y 17), Promover la Producción Responsable, Fortalecer la Empresa con Administración Responsable y Gestionar Alianzas Estratégicas.....	73
Propuesta de Mejora para la Estructura Organizativa en Marley Coffee, Ecuador.....	79
Propuesta para Incrementar la Eficiencia de los Procedimientos de Mantenimiento Preventivo de las Máquinas Expendedoras de Café	81
Propuesta para la Implementación de Mantenimiento Preventivo Proactivo	83
Propuesta para una Estrategia de Marketing y Publicidad para Marley Coffee, Ecuador.....	88
Asignación de Recursos para la Mejora del Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café en Marley Coffee, Ecuador	92
Discusión.....	96
Conclusiones.....	97
Recomendaciones.....	99
Referencias.....	100
Glosario de Términos.....	107
Anexos	112

Índice de Figuras

Figura N.	Página N.
Figura 1	10
Figura 2	28
Figura 3	34
Figura 4	52
Figura 5	53
Figura 6	53
Figura 7	54
Figura 8	55
Figura 9	58
Figura 10	60
Figura 11	61
Figura 12	61
Figura 13	62
Figura 14	63
Figura 15	64
Figura 16	66
Figura 17	67
Figura 18	86
Figura 19	87

Índice de Tablas

Tabla N.	Página N.
Tabla 1	9
Tabla 2	36
Tabla 3	36
Tabla 4	38
Tabla 5	71
Tabla 6	73
Tabla 7	75
Tabla 8	77
Tabla 9	79
Tabla 10	81
Tabla 11	84
Tabla 12	92
Tabla 13	94
Tabla 14	115

Índice de Anexos

Anexos N.	Página N.
Anexo 1	112
Anexo 2	114
Anexo 3	117

Declaración del Profesor Guía

"Declaro haber dirigido este trabajo "La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee, Ecuador.", a través de reuniones periódicas con la estudiante Dafne Johanna Montesinos Rivera en el semestre 2023-2, 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.C.: 1002516399

Declaración del Profesor Corrector

"Declaro haber revisado este trabajo, "La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee, Ecuador.", 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.C.: 1002516399

Declaración de Autoría del Estudiante

“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”.

Dafne Johanna Montesinos Rivera
C.C.: 0103882031

Dedicatoria

Esta etapa en mi carrera profesional lo dedico con gratitud a Dios, quien me ha bendecido con el logro exitoso de uno de mis objetivos.

Quiero dedicar este logro a mi mami Gioconda, quien no está físicamente presente para compartir este momento, pero estoy segura de que estaría llena de alegría.

A mi hijo, quien ha sido mi apoyo incondicional, mi inspiración y la fuerza que me impulsó a seguir adelante y superarme.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza necesaria para recorrer este camino y lograr exitosamente la culminación de esta maestría.

A mi hijo Santiago, quien me ha brindado su tiempo, paciencia y apoyo inquebrantable, siendo mi constante fuente de ánimo para alcanzar este logro.

Expreso mi gratitud a la Universidad de las Américas y a todos y cada uno de los profesores que han sido mis guías en cada paso y desafío superado.

Introducción

En un mundo empresarial cada vez más cambiante, la búsqueda de la calidad y la satisfacción del cliente es un pilar fundamental para el éxito y la permanencia en el mercado. En este contexto, el presente proyecto de investigación titulado “La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee, Ecuador” surge con la finalidad de analizar detalladamente cómo la calidad del servicio brindado por Marley Coffee, Ecuador impacta directamente en la satisfacción de sus clientes.

Este proyecto de investigación, cuya relevancia trasciende en el ámbito empresarial, se estructura en diversos capítulos que indagan aspectos cruciales relacionados con la calidad en el proceso de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café y su influencia en la percepción y satisfacción de los clientes.

En el primer capítulo, se abordan los antecedentes que motivaron esta investigación y se presenta un marco teórico sólidamente fundamentado. Se profundiza en conceptos esenciales como la naturaleza y el papel de la empresa en el contexto social y económico. Asimismo, se analizan aspectos vinculados con la gestión de calidad, incluyendo normas, estándares, herramientas y técnicas que inciden en la optimización de procesos. Además, se explora la trascendencia de la satisfacción del cliente como eje fundamental para el éxito empresarial, considerando factores influyentes y métodos de evaluación. El capítulo se completa con una comprensión de las características de las máquinas expendedoras de café.

En el segundo capítulo, se efectúa un diagnóstico situacional que ofrece una panorámica de la empresa Marley Coffee, Ecuador. Se menciona el origen de la empresa, su visión, misión, valores y su posición en el mercado. Se analiza su estructura organizacional y se traza un perfil de su línea de productos y servicios. Este diagnóstico resulta crucial para fijar las bases sobre las cuales se delinearán las propuestas de mejora siguientes.

En el tercer capítulo involucra un análisis del entorno interno y externo de la empresa. Se destaca la importancia de la calidad en relación con la satisfacción del cliente y se explora la aplicación de metodologías como el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y las 5 Fuerzas de Porter, ampliando la comprensión del entorno en el que se desenvuelve Marley Coffee, Ecuador. Se profundiza en la evaluación de las 7 P del marketing y se brinda un panorama de mercado. Además, se enriquece el análisis mediante entrevistas a los clientes, donde las percepciones y expectativas juega un papel crucial en la configuración de las propuestas de mejora.

En el cuarto y último capítulo, se plantean propuestas de mejora sustentadas en el análisis previo. Se establecen objetivos que apuntan a consolidar una estructura organizacional más sólida, implementar mejoras en la calidad de servicio y fortalecer la cultura empresarial. Se sugieren acciones en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como programas de capacitación y estrategias de mantenimiento preventivo para las máquinas expendedoras de café. La implementación de estrategias de publicidad y marketing se distingue como un componente importante para alcanzar una mayor presencia y reconocimiento en el mercado.

Este proyecto de investigación persigue el propósito de proporcionar a Marley Coffee, Ecuador, una visión integral y estratégica para elevar la calidad de sus servicios, fortalecer su posición en el mercado y, en última instancia, brindar una experiencia satisfactoria y notable a sus clientes. La investigación abarca un conjunto de estrategias relacionadas, que llevan a una serie de recomendaciones que se espera contribuyan al crecimiento y éxito sostenible de la empresa y elevar el impacto positivo que tiene la calidad del servicio en la experiencia del cliente.

La Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café como Factor Clave en la Satisfacción del Cliente, Caso: Marley Coffee Ecuador.

Objetivos

General

Establecer como la calidad del servicio en el proceso de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café impacta en la satisfacción del cliente en la empresa Marley Coffee, Ecuador.

Específicos

Determinar el diagnóstico situacional de la empresa.

Analizar el entorno interno y externo de la empresa Marley Coffee Ecuador.

Elaborar una propuesta de mejora con base en las necesidades identificadas en la organización.

Justificación

La cultura del café es un mercado en crecimiento y altamente competitivo. En la actualidad para la empresa de Marley Coffee, Ecuador la calidad del café y la satisfacción del cliente son aspectos cruciales para establecer una ventaja competitiva y fidelizar a los consumidores. El café orgánico es un producto con buena aceptación en el mercado, característica de relevancia en el sector cafetero.

Se puede señalar que la gestión de calidad es un enfoque estratégico para la búsqueda de la mejora continua para los procesos y productos de una organización. En el caso de Marley Coffee, empresa dedicada a la venta de café 100% orgánico y a la administración de máquinas vending de café, la gestión de calidad puede ser fundamental para garantizar que los insumos sean de alta gama también que los procesos de administración y de mantenimiento sean eficaces para lograr los resultados buscados por la empresa y que la satisfacción del cliente según lo esperado.

La satisfacción del cliente es un indicador clave en el desempeño de una empresa. Una gestión efectiva de calidad influye directamente en la satisfacción del cliente porque garantiza la disponibilidad constante de producto de calidad, la operatividad óptima de las máquinas expendedoras y una atención a los clientes efectiva.

En la actualidad, la gestión de la calidad se ha vuelto esencial para las empresas de servicios, para lograrla es necesario superar retos, tanto externos como internos, con el fin de satisfacer las demandas de las personas. Esta gestión desempeña un papel fundamental en el mantenimiento de la organización en el mercado empresarial, fomentando el crecimiento de una mentalidad de servicio enfocada en sobrepasar las expectativas de los clientes.

En la empresa Marley Coffee, Ecuador se han identificado problemas relacionados a la operatividad y a la atención eficiente, con este trabajo se puede generar un conocimiento valioso en el departamento de mantenimiento de la empresa, dado que la gestión de calidad es primordial para la efectividad de la empresa. Según datos presentados por Marley Coffee, Ecuador el tiempo promedio de detención de una máquina por mantenimiento periódico es de 15 días y la detección del problema en promedio puede llegar a ser de 4 días, lo cual, genera malestar a los clientes, por ende, disgusto por parte de los consumidores del producto.

Los resultados y recomendaciones se pueden aplicar directamente en la empresa de Marley Coffee, Ecuador, como una oportunidad para proponer soluciones de mejora en sus procesos con base en las necesidades identificadas, lo que contribuirá a fortalecer la efectividad de la empresa y su posición en el mercado con la venta del café.

Antecedentes

En lo que refiere a la investigación de material bibliográfico, tesis, algunos artículos que hacen referencia al tema del proyecto planteado, se procede a detallar parte de la información que nos facilitará el soporte para la investigación a realizar.

En el proyecto de titulación se ha tomado como referencia la tesis de Del Águila (2019), que se titula “Gestión de Calidad y su Relación con la Satisfacción del cliente en el Restaurant Huapri de la Ciudad de Huánaco. 2018” el enfoque utilizado es cuantitativo, de tipo descriptiva correlacional entre las variables de gestión de calidad y la variable satisfacción del cliente. El instrumento utilizado fue la encuesta por cuestionario como herramienta para cuantificar y comparar la información. Como técnicas para la recolección de datos optó por fichaje, fichas de resumen, fichas textuales y fichas bibliográficas.

La finalidad del diseño de la investigación es conocer el grado de asociación entre dos o más conceptos o variables dentro de un plazo determinado, en este caso en particular la definición de variable independiente fue la gestión de calidad y la variable dependiente la satisfacción del cliente, para ejecutar un análisis de la gestión administrativa dirigido a optimizar la eficiencia.

La gestión de calidad y la satisfacción del cliente son correlacionadas y la buena gestión se manifestará en los clientes, basados en enfoques como el liderazgo, la participación del personal, los procesos y la mejora continua; todos relacionados entre sí de manera positiva para contribuir al crecimiento del restaurante (Del Águila, 2019).

También se toma como referencia la tesis de titulación de posgrado elaborada por Jami (2019) “Modelo de Medición y Gestión de la Satisfacción del Cliente Interno y la Calidad del Servicio Financiero En BanEcuador Sucursal Latacunga” (p. 4).

En el documento se menciona que es la primera vez que un modelo de medición y gestión de la satisfacción del cliente en relación con la calidad del servicio financiero es validado en la institución BanEcuador de Latacunga.

La investigación aplicada fue mixta al trabajar con el personal de la institución como los involucrados en los procesos para la muestra de estudio; aplicando diversas herramientas de investigación para procesar la información y analizar los datos correspondientes: estadísticas,

tablas, gráficos de porcentajes, que representan indicadores según los servicios, después realizar cuadros comparativos y determinar recomendaciones para mejorar los procesos de atención.

Se puede inferir que la ausencia de estándares para la calidad del servicio y la ausencia de métodos de evaluación del desempeño del personal contribuyen a los problemas en la atención al cliente, generando una percepción de bienestar en los empleados, quienes no buscan la mejora constante. Sugiere implementar medidas para evaluar y mejorar el desempeño del personal y establecer estándares de calidad en el servicio. La recomendación es efectuar un enfoque de procesos y mejora continua, establecer parámetros de calidad del servicio para la satisfacción de los clientes. De igual forma evaluar y mejorar el desempeño del personal para reducir tiempos de respuesta en los servicios ofertados a los clientes (Jami, 2019).

Finalmente, en el artículo de investigación de Zavala-Choez y Vélez-Moreira (2020) “La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador” analiza la gestión de calidad y su relación con el servicio al cliente, destacando los efectos positivos que puede tener en las empresas. La gestión de calidad se considera una filosofía de trabajo más que una estructura organizativa, y se enfoca en brindar un servicio de calidad tanto a clientes internos como externos.

Según la perspectiva de los autores Zavala-Choez y Vélez-Moreira (2020) el éxito de una empresa depende de la satisfacción de sus clientes, lo que implica una gestión de calidad efectiva. La metodología utilizada es una investigación cualitativa con base en la exploración documental y bibliográfica. Los resultados muestran que la gestión de calidad puede ser conceptualizada como un proceso, un sistema, una estrategia o una necesidad.

Se concluye que la gestión de calidad es fundamental en las empresas de servicios y que superar obstáculos externos e internos para satisfacer las demandas de los clientes, desempeña un papel crucial en el éxito y mantenimiento de la organización en el mercado empresarial. En

resumen, se destaca la importancia de crear una ideología orientada a superar las expectativas de los clientes mediante el servicio (Zavala-Choez & Vélez-Moreira, 2020). (Ver detalle Tabla 2).

Identificación de la Problemática

La gestión de la calidad en la actualidad es importante porque permite a las empresas de servicio superar obstáculos internos y externos, satisfacer las demandas de los clientes y mantenerse competitivas en el mercado empresarial. Además, fomenta una filosofía de servicio que busca superar las expectativas de los clientes.

Corresponde a un sistema que busca cumplir con diversas actividades indispensables para que el nivel de calidad sea el deseado por la empresa, con el objetivo de fidelizar y satisfacer a los clientes.

De acuerdo con lo que menciona Moya y Baez (citado por Zavala-Choez & Vélez-Moreira, 2020) la revisión de múltiples investigaciones ha evidenciado que la administración de la excelencia en el servicio dentro de las empresas es un factor esencial para lograr ganancias financieras, competir exitosamente y asegurar una posición sólida en el acelerado contexto económico actual. Esto se fundamenta en la búsqueda constante de mejora, la anticipación de problemas, el enfoque en la efectividad y la eficiencia, el logro de las metas empresariales, la verificación y la implementación de medidas correctivas en los procedimientos (pp. 264-281).

La gestión de la calidad en el servicio al cliente es un factor fundamental para la competitividad y calidad en las empresas de servicio, al enfocarse en brindar un servicio de alta calidad y satisfacer las necesidades de los clientes, las empresas pueden diferenciarse en el mercado y mantener un alto nivel de experticia. Una gestión efectiva de la calidad promueve la excelencia en el servicio, la fidelización de los clientes y el crecimiento empresarial a largo plazo. Es un elemento clave para garantizar la satisfacción del cliente y mantener una reputación sólida en el mercado altamente competitivo de las empresas de servicio.

Marley Coffee es una empresa de plantaciones de café orgánico y agricultura sostenible en Blue Mountains, Jamaica, aunque la mayor parte del café de Marley Coffee proviene de Etiopía. Actualmente la marca se encuentra autorizada como franquicia para trabajar en el Ecuador, desde el año 2019 sus principales productos son retail y el autoservicio de máquinas expendedoras de café a nivel nacional.

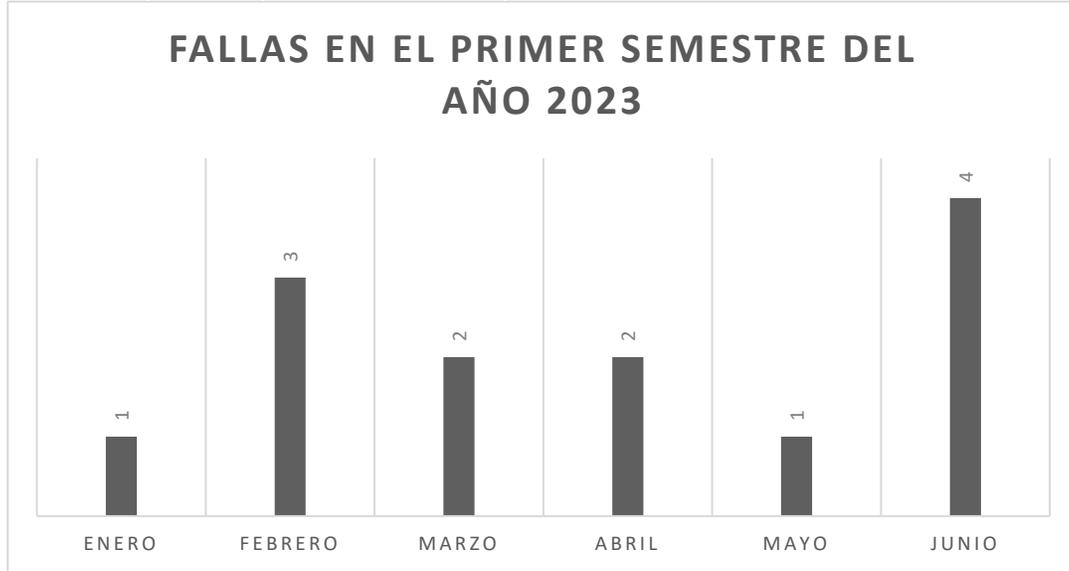
En Marley Coffee, Ecuador la problemática principal se atribuye a un deficiente sistema de procesos de mantenimiento preventivo-correctivo de las máquinas expendedoras. Al tratarse de una pequeña empresa, un emprendimiento, la misma no cuenta con una organización empresarial totalmente establecida, el personal no es el suficiente y se ve en la obligación de ejecutar diversas actividades conforme a las necesidades que se presentan día a día, de tal suerte que, no necesariamente se cumple con la planificación; el control de las actividades operacionales y administrativas no es suficiente y la comunicación en tal sentido, puede verse comprometida; la infraestructura de la organización presenta necesidades no atendidas que afectan la efectividad en el servicio de mantenimiento.

El servicio de mantenimiento debe ser realizado de manera preventiva para que no se generen problemas mayores luego de un tiempo, por lo cual se necesita crear un sistema completo para los procesos de mantenimiento, ya que, en la actualidad la detención de las máquinas se registra en un promedio 15 días y la detección del problema dado que no existe un manual y las fallas no siempre presentan el mismo comportamiento, llega a ser de cuatro días, siendo este un promedio sesgado por lo mencionado.

En el primer semestre del año 2023 han existido 13 daños de las máquinas vending de las 30 instaladas a nivel nacional, es decir un 43,33%; el cual parece un índice preocupante pero dado que son daños por deficiencia de mantenimientos preventivos o de un mayor control y conocimiento en los procesos de mantenimientos, al generar los métodos correctos para los mismos, esos índices deben reducirse significativamente. (Ver detalle en tabla 1).

Tabla 1

Fallas en las máquinas expendedoras, en el primer semestre del año 2023.

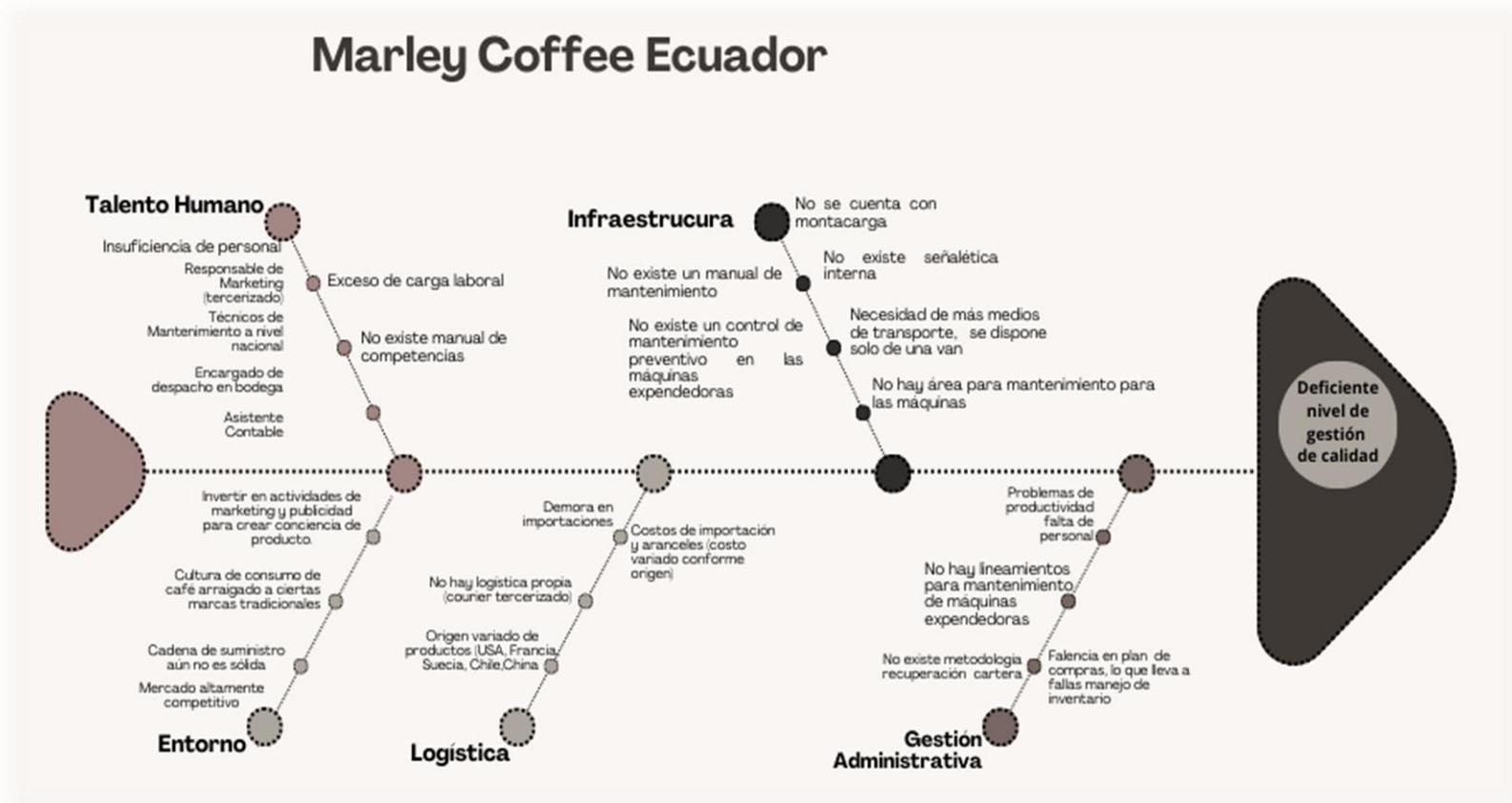


Nota. Se exhibe una tabla gráfica en la cual se representa el número de máquinas expendedoras, que han fallado en el primer semestre del año 2023.

El estudio ayudará a los propietarios de la empresa Marley Coffee en Ecuador y a sus colaboradores a establecer las políticas y recursos necesarios para mejorar y fortalecer las directrices de calidad en sus servicios de mantenimiento en las máquinas expendedoras de café tipo vending, buscando alcanzar niveles más altos de satisfacción entre sus clientes. (Ver detalle en figura 1).

Figura 1

Diagrama de Ishikawa sobre los problemas que se observan



Nota. El gráfico representa los problemas detectados en diferentes aspectos de la gestión de la empresa Marley Coffee, Ecuador.

Metodología, Técnicas e Instrumentos

Investigación Mixta

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolos y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (Sampieri, 2018).

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri, 2018).

La investigación mixta es un enfoque de investigación que implica la recopilación, análisis e integración de tanto datos cuantitativos como cualitativos. Este método se usa cuando se busca una comprensión más completa del problema de investigación, algo que no se lograría usando solo cualquiera de estos métodos de manera individual.

Según Ugalde Binda, y Balbastre-Benavent (2022), las metodologías mixtas presentan diversas ventajas, como la capacidad de generar y comprobar teorías en un mismo estudio, la posibilidad de obtener inferencias más sólidas y la compensación de las limitaciones inherentes a las metodologías cualitativas y cuantitativas cuando se aplican por separado. Estos enfoques de investigación ofrecen beneficios como el descubrimiento de hallazgos más exhaustivos, una mayor confianza en los resultados, una mejor validación y comprensión de estos.

“También denominada estudios de triangulación, convergencia, multimodal, investigación integrativa, investigación integral, investigación de métodos múltiples, etc. este es un tipo de investigación que integra sistemáticamente los métodos de la investigación cuantitativa y cualitativa con la finalidad de obtener una mirada más completa del objeto de estudio” (Paitán et al., 2014).

Técnicas e Instrumentos

Para alcanzar los objetivos específicos de esta investigación, se emplearon una serie de técnicas, metodologías e instrumentos que permitieron comunicar sobre diferentes aspectos fundamentales de la empresa Marley Coffee, Ecuador. Los objetivos abarcaron la determinación del diagnóstico situacional de la empresa, el análisis de su entorno interno y externo y la formulación de propuestas de mejora según las necesidades identificadas en la organización.

En el proceso de determinar el diagnóstico situacional de la empresa, se utilizó una metodología que se basó en la revisión de fuentes bibliográficas pertinentes. Además, se llevó a cabo un análisis detallado de la documentación interna de la empresa, lo que permitió extraer información importante.

Para comprender mejor la estructura y el funcionamiento de la empresa, se realizó un levantamiento de datos internos que se registraron en fichas de información. La recopilación abarcó la ubicación, la cronología, el tamaño y la estructura organizacional de la empresa, y una revisión total de su oferta de productos y servicios.

En lo que respecta al análisis del entorno interno y externo de Marley Coffee, Ecuador, se aplicaron metodologías de investigación que abarcaron diversas técnicas de análisis. Entre ellas se destacan el análisis FODA, Las 5 fuerzas de Porter y la evaluación de las 7 P del marketing. Además, se realizó un análisis de mercado, el cual se sustentó en el desarrollo de encuestas dirigidas a los clientes. Estos análisis se gestionaron usando matrices, y un cuestionario diseñado para recopilar datos relevantes en referencia a las máquinas expendedoras de café.

La metodología utilizada también involucró el análisis de datos para evaluar la competencia en el mercado. Estos procesos permitieron obtener una visión integral y precisa de la posición de Marley Coffee, Ecuador en su entorno empresarial y de mercado. Así, se logró captar toda la fortaleza, como las áreas de mejora en el contexto competitivo en el que se desenvuelve la empresa.

Las técnicas, metodologías e instrumentos empleados en esta investigación han proporcionado un enfoque sistemático para abordar los objetivos específicos planteados. La combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos, así como el uso de herramientas especializadas, han permitido obtener una comprensión de la situación actual de Marley Coffee, Ecuador, y ha llevado a la formulación de recomendaciones sustentadas y estratégicas.

Análisis FODA

Salazar (2005) define como “el conjunto de fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas surgidas de la evaluación de un sistema organizacional que, al clasificarse, ordenarse y compararse, generan un conjunto de estrategias alternativas factibles para el desarrollo de dicho sistema organizacional” (p. 96).

Análisis Mediante el Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

Es una herramienta esencial para comprender la estructura competitiva de una industria. Esta herramienta de análisis, que es simple y efectiva, permite identificar la competencia en todas sus formas dentro de una empresa, así como comprender hasta qué punto esta competencia puede afectar su capacidad para obtener beneficios (Michaux & Cadiat, 2016).

Las 7 P del Marketing

La idea de un conjunto de marketing fue inicialmente mencionada por McCarthy en su libro “Marketing básico, un enfoque gerencial” de 1960 en el cual limitó al conjunto de marketing a producto, precio, plaza y promoción. Conocido como Las “4 P” del marketing. Sin embargo, posteriormente se desarrolló el modelo de las “7 P” del marketing, que incorpora 7 elementos en el conjunto del marketing ideal. Los investigadores Bitner y Booms añadieron otros 3 elementos al modelo original, personas, procesos y evidencia física (Cuofano, 2023).

Análisis de Mercado

American Marketing Association (citado por Herrera, 2022) define a la investigación de mercados como: “Recolección, tabulación y análisis sistemático de información referente

a la actividad de mercadotecnia, que se hace con el propósito de ayudar al ejecutivo a tomar decisiones que resuelven sus propósitos de negocios” (p. 33).

Metodología para Muestreo para Análisis de Mercado.

Para efectos de este estudio se adjunta la información presentada por la empresa Marley Coffee, Ecuador quien realiza un análisis de mercado con las siguientes consideraciones de la segmentación de mercado:

Población de Cuenca: 525.585.

Se consideran las clases sociales A, B, C+ de la población, un 49,3% de la misma.

Rangos de edad de 20 años a 59 años: 346.511

Población neta: 170.830.

Z= 1.96 = 95% de confiabilidad

N = 170.830 personas

p = 50% q = 50% e = 5% n = 384 personas

$$n = \frac{(1,96)^2 * (50\%) * (50\%) (170.830)}{(170.830)(5\%)^2 + (170.830)^2 (50\%) (50\%)}$$

Entrevistas

La entrevista se enmarca en el quehacer cualitativo como una herramienta eficaz para desentrañar significaciones, las cuales fueron elaboradas por los sujetos mediante sus discursos, relatos y experiencias. De esta manera se aborda al sujeto en su individualidad e intimidad. Por esto, el texto tiene como objetivo establecer una guía práctica y necesaria para la consecución correcta de entrevistas en el área de la investigación cualitativa en salud. Así, también presentan los pasos y técnicas necesarias para lograrlo (Troncoso-Pantoja, & Amaya-Placencia, 2017).

Con el propósito de abordar los puntos críticos identificados en la organización, se implementó una planificación estratégica. Esta metodología se sustenta en la recopilación y

análisis de información de las evaluaciones, para construir una estrategia integral que aporte beneficios a la empresa.

En la última etapa del proceso se enfocó en la creación de propuestas de mejora, guiadas por identificar situaciones críticas y respaldadas por la revisión de los datos empresariales. Estas propuestas estuvieron relacionadas a las necesidades identificadas en la estructura organizativa. Se desarrollaron con visión proactiva para la empresa, para optimizar sus procesos y alcanzar la excelencia en la prestación de servicios a los clientes.

Cómo resultado de esta fase fue la presentación de planes de acción estratégicos, propuestas específicas y recomendaciones valiosas. Estos elementos fueron presentados para consideración en las etapas del proceso, desde la proyección hasta la formalización e implementación de los cambios necesarios. Cada propuesta y recomendación se creó con la intención de mejorar en tanto los procesos internos como el servicio proporcionado a los clientes de la empresa.

Planteamiento Hipotético

El tema es para desarrollar las siguientes preguntas: ¿Cómo el proceso de mantenimiento de las máquinas de café incide en la productividad de la empresa?, ¿Cómo el mantenimiento de las máquinas impacta en la satisfacción del cliente?, ¿Cómo el estado de las máquinas expendedoras influyen el posicionamiento de la empresa con relación a la competencia?, ¿Cómo la estructura organizativa, incide en la eficiencia operativa de la compañía?, ¿Cómo un correcto funcionamiento y mantenimiento de las máquinas, mejora la satisfacción de los clientes de la empresa?, ¿Cómo una propuesta de mejora beneficia la calidad de servicio e impacta en la reputación de la empresa?, esto permitirá orientar la investigación hacia la obtención de los resultados deseados.

Alcance del Estudio

El objetivo principal de este estudio de proyecto de titulación es examinar la estructura interna de Marley Coffee, Ecuador y su influencia en la satisfacción del cliente. Para lograr este propósito, se llevará a cabo una investigación exploratoria y descriptiva, que tiene como

objetivo identificar la situación actual interna de la empresa, explorar el problema, su entorno y su relación con la gestión de calidad.

El enfoque de la investigación se centra en Marley Coffee, Ecuador, una empresa que se dedica a la venta de café orgánico a través de máquinas expendedoras y productos retail. Los resultados de este estudio se presentan en un informe final que incluye una descripción detallada del entorno empresarial, un análisis de la eficiencia operativa en términos de estrategia administrativa y planificación para el mantenimiento de la maquinaria, y propuestas de mejora para incrementar la eficiencia y el rendimiento productivo de la empresa.

Es importante destacar que el alcance de esta investigación se limita exclusivamente a Marley Coffee en Ecuador, sin incluir a otras empresas dentro del mismo sector.

Capítulo I

Marco Teórico

Antecedentes y Generalidades

Las empresas desempeñan un papel fundamental en la sociedad, ya que su influencia se extiende más allá de la generación de trabajo y la generación de riqueza económica. Las empresas contribuyen al desarrollo y bienestar de la sociedad mediante la creación de empleo, permitiendo a las personas satisfacer sus necesidades básicas, mejorar su calidad de vida, alcanzar su desarrollo personal, y generar ingresos fiscales, contribuyendo al financiamiento de servicios públicos como la educación, la salud y la infraestructura.

Actualmente, los empresarios buscan ser reconocidos en el medio y, además de obtener ganancias significativas, aspiran a vincular su éxito con su gestión de calidad. El análisis de la organización interna de una empresa ofrece una ventaja competitiva, conocer su entorno es una estrategia para satisfacer a sus clientes, al ofrecer un servicio que cumple con los estándares de calidad y la atención que los consumidores esperan; esto implica contar con los procesos adecuados para convencer a los consumidores de probarlo y ganar su confianza.

Empresa

Idalberto Chiavenato, (citado por Buj & Cuadrado, 2021) menciona que como autor del libro “Iniciación a la Organización y Técnica Comercial”, la empresa “es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos”, el autor indica que la empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social” (p. 8).

La creación de una empresa brinda la oportunidad de identificar y aprovechar una opción de negocio, para ofrecer un producto o servicio innovador, llenar un vacío en el mercado o satisfacer una necesidad específica de los consumidores. Las empresas son impulsadoras de la innovación y del desarrollo económico, a través de estas se puede aportar

con nuevas ideas, tecnologías o nuevos enfoques que estimulan el progreso de la industria y contribuyen al crecimiento económico de una comunidad.

A través de la empresa el emprendedor pone en práctica sus conocimientos, habilidades y objetivos y se traslada en una actividad que satisfaga al personal de esta, así como a sus clientes o consumidores.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad implica un enfoque sistemático para garantizar el cumplimiento de estándares y requisitos establecidos por una organización para lograr la satisfacción del cliente y la mejora continua. Rahman et al. (2019) destaca que este enfoque se basa en la implementación de normas y prácticas que promueven la excelencia en los procesos, la prevención de errores y la optimización de recursos. Este enfoque abarca la planificación, control y aseguramiento de la calidad en todos los aspectos de una organización, con el fin de proporcionar productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes.

Flynn et al. (1994) definen a la gestión de calidad como un esfuerzo integrado para alcanzar y mantener productos de gran calidad, basado en el mantenimiento de la mejora continua de procesos y prevención de errores a todos los niveles y en todas las funciones de la organización, con el objetivo de alcanzar e incluso exceder las expectativas de los consumidores. (Giménez Espín et al., 2014, p. 116)

Normas y Estándares Relevantes en la Gestión de Calidad

Normas y estándares desempeñan un papel crucial en la gestión de calidad, proporcionando directrices y criterios para garantizar la excelencia en los procesos y la satisfacción del cliente. De acuerdo con Koppell (2019), estos documentos técnicos establecen requisitos específicos y mejores prácticas en áreas clave de la gestión de calidad, como la planificación, el control y la mejora continua. Son desarrollados por organismos internacionales y nacionales, y su cumplimiento ayuda a las organizaciones a demostrar compromiso con la calidad y asegurar la consistencia y fiabilidad en sus productos y servicios.

Herramientas y Técnicas para la Gestión de Calidad

Herramientas y técnicas desempeñan un papel fundamental en la gestión de calidad, proporcionando métodos y enfoques efectivos para analizar, medir y mejorar los procesos y productos de una organización. Dale et al. (2007) indica que estas herramientas son recursos prácticos que ayudan a identificar problemas, tomar decisiones informadas y realizar mejoras continuas en la calidad. Algunas herramientas comunes incluyen el diagrama de Pareto, el diagrama de causa y efecto, las hojas de verificación y el control estadístico de procesos. La aplicación adecuada de estas herramientas contribuye a optimizar la calidad, reducir defectos y aumentar la eficiencia de los procesos.

Beneficios de la Gestión de Calidad en Procesos de Mantenimiento

La gestión de calidad en los procesos de mantenimiento brinda numerosos beneficios a las organizaciones. Bon y Mustafa (2013) destaca que la implementación de un enfoque sistemático mejora la eficiencia y confiabilidad de los equipos, reduce los tiempos de inactividad y maximiza la vida útil de los activos. Además, se logra una mayor satisfacción del cliente al proporcionar un servicio de mantenimiento oportuno y de alta calidad. Asimismo, se fomenta una cultura de mejora continua y se promueve la adopción de mejores prácticas. En definitiva, la gestión de calidad en el mantenimiento contribuye a optimizar el rendimiento de los equipos, garantizar la disponibilidad operativa y aumentar la satisfacción tanto interna como externa.

Indicadores de Calidad

En la gestión de calidad, los indicadores de calidad son fundamentales al proporcionar medidas tanto cuantitativas como cualitativas para evaluar el rendimiento y la conformidad de un proceso o producto con los estándares establecidos. Según destacados expertos en el campo como Juran y Blanton Godfrey (1992), estos indicadores permiten la medición y control de la variabilidad y desviaciones en un proceso, lo que a su vez facilita la toma de decisiones para lograr mejoras continuas. Estos indicadores son herramientas esenciales que brindan información clave para impulsar la excelencia en la calidad y la optimización de los procesos.

Mejores Prácticas en la Gestión de Calidad en el Proceso de Mantenimiento

Según el autor John Moubray, las mejores prácticas en la gestión de calidad en el proceso de mantenimiento se refieren a los enfoques y métodos más efectivos utilizados para asegurar la excelencia en las actividades de mantenimiento. Moubray (2001) sostiene que estas prácticas se basan en la identificación y aplicación de las estrategias más adecuadas para optimizar la confiabilidad y disponibilidad de los equipos, minimizando los tiempos de inactividad y maximizando la vida útil de los activos. Estas prácticas incluyen la implementación de programas de mantenimiento preventivo, el uso de técnicas de mantenimiento predictivo, la capacitación y desarrollo del personal de mantenimiento, así como la utilización de indicadores clave de desempeño para monitorear y mejorar continuamente los procesos de mantenimiento.

Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente es fundamental en el éxito y crecimiento de las organizaciones, ya que influye directamente en la lealtad y recomendación de los clientes. Según la investigación realizada por Homburg et al. (2019), la satisfacción del cliente se refiere al grado en que los productos o servicios ofrecidos cumplen con las expectativas y necesidades de los clientes. Es esencial que las organizaciones implementen estrategias efectivas para medir y evaluar la satisfacción del cliente, así como para identificar los factores clave que influyen en ella. Así, se podrán actuar correctivas y mejorar de manera continua la calidad de los productos o servicios, asegurando una experiencia positiva y duradera para el cliente.

Oliver (citado por Alonso Dos Santos, 2016) manifiesta que “La satisfacción es una respuesta positiva del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio” (p.81).

Importancia de la Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente juega un papel fundamental en el sector de máquinas expendedoras de café. Moliner Velázquez y Berenguer Contrí (2011) explica que se refiere al grado en que las expectativas y necesidades del cliente son cumplidas por los productos o

servicios ofrecidos. Una experiencia positiva y satisfactoria con las máquinas expendedoras de café puede generar clientes recurrentes y contribuir al crecimiento y éxito del negocio. Además, la satisfacción del cliente puede servir como un indicador de calidad y eficacia en la prestación del servicio, permitiendo a las organizaciones identificar áreas de mejora y realizar ajustes para asegurar una experiencia óptima.

Factores que Influyen en la Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente es un aspecto crucial para el éxito de una organización e influye en la lealtad del cliente y en su intención de recomendar el servicio a otros. Bolumole et al. (2003) señala que la calidad del producto o servicio, la eficiencia del proceso de entrega, la atención al cliente, la personalización de las ofertas y la capacidad de respuesta de la organización son factores que influyen en la satisfacción del cliente. Es fundamental que las organizaciones comprendan y gestionen estos factores proactivamente, adaptándose a las necesidades y deseos de sus clientes, a fin de brindar una experiencia satisfactoria y fortalecer las relaciones.

Métodos para Medir y Evaluar la Satisfacción del Cliente

La medición y evaluación de la satisfacción del cliente resultan fundamentales para comprender y mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por una organización. De acuerdo con Anderson et al. (2004), existen varios métodos efectivos para llevar a cabo esta tarea. Estos métodos pueden incluir encuestas de satisfacción, análisis de quejas y reclamaciones, grupos de enfoque, seguimiento de redes sociales y análisis de comentarios en línea. Además, se destaca la importancia de establecer indicadores clave de rendimiento (KPI (Key Performance Indicators)) para medir objetivamente la satisfacción del cliente y establecer metas claras. La implementación adecuada de estos métodos permite a las organizaciones identificar áreas de mejora, tomar decisiones basadas en datos y brindar una experiencia más satisfactoria a los clientes.

Estrategias para Mejorar la Satisfacción del Cliente

La mejora de la satisfacción del cliente constituye una meta importante para las organizaciones, y existen diversas estrategias efectivas para lograrlo. La investigación realizada por De Chernatony (2012) ha identificado algunas de estas estrategias, las cuales incluyen la personalización de productos o servicios para adaptarse a las necesidades individuales de los clientes, la mejora continua de la calidad mediante la retroalimentación del cliente y la implementación de procesos de mejora, la capacitación y desarrollo del personal en habilidades de atención al cliente, y la creación de una cultura centrada en el cliente en toda la organización. Además, se destaca la importancia de establecer sistemas de gestión de la calidad y de medir regularmente la satisfacción del cliente con el fin de identificar áreas de mejora y evaluar el impacto de las estrategias implementadas. Estas estrategias contribuyen a brindar una experiencia positiva y satisfactoria a los clientes, fortaleciendo así la relación y generando lealtad a largo plazo.

Máquinas Exendedoras de Café

Las máquinas expendedoras de café son dispositivos automatizados que ofrecen una manera conveniente y rápida de obtener una taza de café. Kim et al. (2021) destaca que estas máquinas están diseñadas para preparar y dispensar café de manera eficiente, ofreciendo opciones de bebidas personalizadas según las preferencias del consumidor. Incorporan tecnologías avanzadas, como sistemas de molienda y dosificación precisos, así como opciones de personalización de sabores y tamaños de taza. Además, es fundamental llevar a cabo un adecuado mantenimiento de estas máquinas para garantizar su funcionamiento óptimo y prolongar su vida útil. Esto implica realizar un mantenimiento preventivo regular, que incluye actividades como limpieza, calibración y reemplazo de componentes. Asimismo, es necesario monitorear y gestionar los datos para identificar posibles problemas y optimizar el rendimiento de las máquinas expendedoras de café.

Funcionamiento y Características de las Máquinas Exendedoras de Café

Las máquinas expendedoras de café son dispositivos automatizados diseñados para proporcionar de manera eficiente y conveniente una variedad de opciones de café. De

acuerdo con Harf (2016), estas máquinas se caracterizan por su capacidad para preparar y dispensar café de forma rápida y precisa, ofreciendo opciones personalizadas según las preferencias del consumidor, como la intensidad del café, el tamaño de la taza y la variedad de sabores.

Inclusive, cuentan con tecnologías avanzadas, como sistemas de molienda y dosificación precisos, que garantizan la calidad y consistencia del café servido. Estas máquinas están diseñadas para ser intuitivas y fáciles de usar, con pantallas táctiles e interfaces amigables para los usuarios. Asimismo, su funcionamiento se basa en un sistema de aprovisionamiento de café en grano, su molienda y preparación mediante agua caliente, y la dispensación de la bebida en tazas o vasos desechables. Las características y funcionamiento de las máquinas expendedoras de café las convierten en una solución práctica y eficiente para satisfacer la demanda de café de manera rápida y de calidad en diversos entornos.

Tecnologías y Sistemas de Monitoreo Aplicados a las Máquinas Exendedoras de Café

Las máquinas expendedoras de café se benefician de diversas tecnologías y sistemas de monitoreo para garantizar un funcionamiento óptimo y ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente. Musina (2022) destaca que estas tecnologías incluyen sistemas de telemetría, que permiten la supervisión remota de las máquinas expendedoras y recopilan datos en tiempo real sobre el rendimiento, el inventario de café y otros aspectos relevantes. Además, se usan sensores para monitorear la calidad del agua, la temperatura de preparación y otros parámetros críticos para asegurar la consistencia y sabor del café. Estos sistemas de monitoreo también pueden enviar alertas automáticas en caso de problemas o necesidad de mantenimiento, facilitando la detección temprana de fallas y la intervención oportuna. La aplicación de estas tecnologías y sistemas de monitoreo en las máquinas expendedoras de café contribuye a mejorar la eficiencia operativa, reducir los tiempos de inactividad y brindar una experiencia de calidad a los consumidores.

Mantenimiento, su Impacto en el Rendimiento y Durabilidad de las Máquinas

El mantenimiento de las máquinas juega un papel crucial en su rendimiento y durabilidad a lo largo del tiempo. De León (1998) sostiene que el mantenimiento adecuado de las máquinas tiene un impacto significativo en su funcionamiento óptimo y en la prevención de posibles fallos. Esto implica realizar actividades planificadas, como inspecciones regulares, limpieza, lubricación y ajustes de componentes, para garantizar su correcto funcionamiento. Además, el mantenimiento preventivo permite identificar y corregir posibles problemas antes de que se conviertan en fallas mayores, lo que contribuye a minimizar los tiempos de inactividad y los costos asociados.

Asimismo, el mantenimiento adecuado ayuda a prolongar la vida útil de las máquinas, lo que resulta en una mayor rentabilidad y retorno de la inversión para los propietarios. El mantenimiento es fundamental en el rendimiento y la durabilidad de las máquinas, asegurando su funcionamiento óptimo y maximizando su vida útil.

Mantenimiento de Máquinas

El mantenimiento de las máquinas expendedoras de café es un proceso crucial para garantizar su funcionamiento óptimo y prolongar su vida útil. Hirtz (2002) resalta que este mantenimiento implica llevar a cabo actividades planificadas y sistemáticas, como inspecciones periódicas, limpieza, calibración y reparación de componentes. Estas prácticas son fundamentales para prevenir fallas, reducir los tiempos de inactividad y asegurar la calidad del café servido. Además, destaca la importancia de implementar estrategias de mantenimiento preventivo y predictivo, que permiten identificar y corregir posibles problemas antes de que se conviertan en fallas mayores. El control de calidad en el mantenimiento resulta esencial para garantizar que las máquinas expendedoras de café cumplan con los estándares de funcionamiento y brinden una experiencia satisfactoria a los clientes.

Tipos de Mantenimiento de Máquinas

Existen diferentes tipos de mantenimiento que se aplican en las máquinas

expendedoras de café para asegurar su funcionamiento óptimo. De León (1998) explica que estos tipos de mantenimiento incluyen el mantenimiento preventivo, el mantenimiento correctivo y el mantenimiento predictivo. El mantenimiento preventivo consiste en realizar actividades planificadas regularmente, como inspecciones, limpieza y calibración, para prevenir posibles fallas y mantener el rendimiento de la máquina. Por otro lado, el mantenimiento correctivo se lleva a cabo en respuesta a una falla o avería, y su objetivo es reparar la máquina y restaurar su funcionamiento normal.

Por último, el mantenimiento predictivo se basa en el monitoreo continuo de las condiciones de la máquina, con sensores y sistemas de monitoreo, para identificar posibles problemas antes de ocurrir. Estos diferentes tipos de mantenimiento se complementan entre sí y permiten asegurar la disponibilidad, eficiencia y durabilidad de las máquinas expendedoras de café.

Planificación y Programación de Actividades de Mantenimiento

La planificación y programación de actividades de mantenimiento es un proceso esencial para garantizar la eficiencia y efectividad de las tareas de mantenimiento en las máquinas expendedoras de café. De León (1998) destaca que la planificación implica la determinación de las actividades necesarias, los recursos requeridos y los plazos para llevar a cabo el mantenimiento de manera organizada y sistemática.

Es por eso, que la programación implica asignar y coordinar las actividades de mantenimiento según un calendario establecido, considerando la disponibilidad de recursos y la minimización de impactos en la operación normal de las máquinas. Estos procesos de planificación y programación permiten optimizar el uso de los recursos, minimizar los tiempos de inactividad y asegurar que el mantenimiento se realice de manera oportuna y eficiente.

Estrategias de Mantenimiento Preventivo y Predictivo

Las estrategias de mantenimiento preventivo y predictivo son fundamentales para garantizar el rendimiento óptimo y la prolongación de la vida útil de las máquinas

expendedoras de café. Según Velmurugan y Dhingra (2021), el mantenimiento preventivo se basa en la realización de inspecciones regulares, mantenimiento planificado y actividades de limpieza y ajuste para prevenir fallas y minimizar los tiempos de inactividad. Esta estrategia se enfoca en la anticipación de problemas potenciales y en la implementación de acciones preventivas para evitar averías costosas.

Por otro lado, el mantenimiento predictivo utiliza tecnologías avanzadas, como el monitoreo en tiempo real y el análisis de datos, para predecir y detectar posibles fallas y degradaciones en las máquinas antes de que ocurran. Esto permite tomar medidas correctivas de manera proactiva, minimizando los tiempos de inactividad y optimizando la eficiencia de las máquinas expendedoras de café.

Control de la Calidad en el Mantenimiento

El control de la calidad en el mantenimiento desempeña un papel crucial en la garantía de un rendimiento óptimo y una durabilidad prolongada de las máquinas expendedoras de café. Emd (2022) destaca que el control de calidad implica la implementación de medidas y procesos para evaluar y verificar que las actividades de mantenimiento se llevan a cabo de acuerdo con los estándares y requisitos establecidos. Esto incluye la realización de inspecciones regulares, pruebas de funcionamiento, análisis de datos y retroalimentación de los clientes.

De esta manera, el control de calidad abarca la identificación de desviaciones y la implementación de acciones correctivas para garantizar que los resultados del mantenimiento cumplan con los criterios de calidad definidos. El enfoque en el control de calidad en el mantenimiento garantiza la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la prolongación de la vida útil de las máquinas expendedoras de café.

Capítulo II

Analizar el Diagnóstico Situacional de la Empresa Marley Coffee, Ecuador

Definir la Situación Actual de la Empresa

Cronología de la Empresa

Marley Coffee, Ecuador es una empresa fundada a finales del año 2019 y se dedica a la venta de café 100% orgánico, cuenta con máquinas expendedoras de café para autoservicio, más productos de consumo masivo y de retail.

Este emprendimiento comercializa sus productos mediante su página web y también con máquinas expendedoras de café ubicadas en diferentes ciudades a nivel nacional, como Cuenca, Azogues, Baños de Agua Santa, Loja, Guayaquil, Montañita, Ambato, Quito, Manta y Portoviejo.

Es importante mencionar que la empresa es una franquicia y que el empresario tuvo que negociar con los representantes de la marca en Chile para obtener la aprobación y poder inaugurar a Marley Coffee como empresa en el Ecuador, hasta que, a inicios del mes de febrero de 2020 se realizó la primera importación de café, como parte de su historia la empresa pasó por dificultades sucede pues que, en el mes de marzo del mismo año llegó todo el producto importado y a la vez, la pandemia de COVID-19, la empresa tuvo que esperar hasta el mes de octubre para poder comercializar sus productos con una mayor apertura y facilidad. Este evento fue su primer desafío en sus inicios como empresa.

En la actualidad Marley Coffee, Ecuador es una empresa que cuenta con una organización interna limitada, no dispone del personal suficiente para el desempeño de las actividades tanto operativas como administrativas de la empresa. Esto le ha dificultado en su capacidad de respuesta ante las exigencias de sus clientes y consumidores. Su objetivo de crecimiento para este año fue inaugurar 100 puntos de venta a nivel nacional, lo cual no se logró. Entre las principales dificultades que ha tenido que afrontar ha sido que su personal operativo-técnico capacitado para dar un buen servicio de mantenimiento a las máquinas expendedoras de café no ha sido suficiente, y el manual de procesos para el mantenimiento

de las máquinas no se ha desarrollado, de forma que permita la rehabilitación oportuna y efectiva de las máquinas.

El mercado de la venta de café y de máquinas expendedoras de autoservicio es altamente competitivo, actualmente el mercado de café en Ecuador tiene marcas nacionales e internacionales establecidas y reconocidas, por lo que ingresar requiere de un esfuerzo significativo para la diferenciación y destacar entre la competencia.

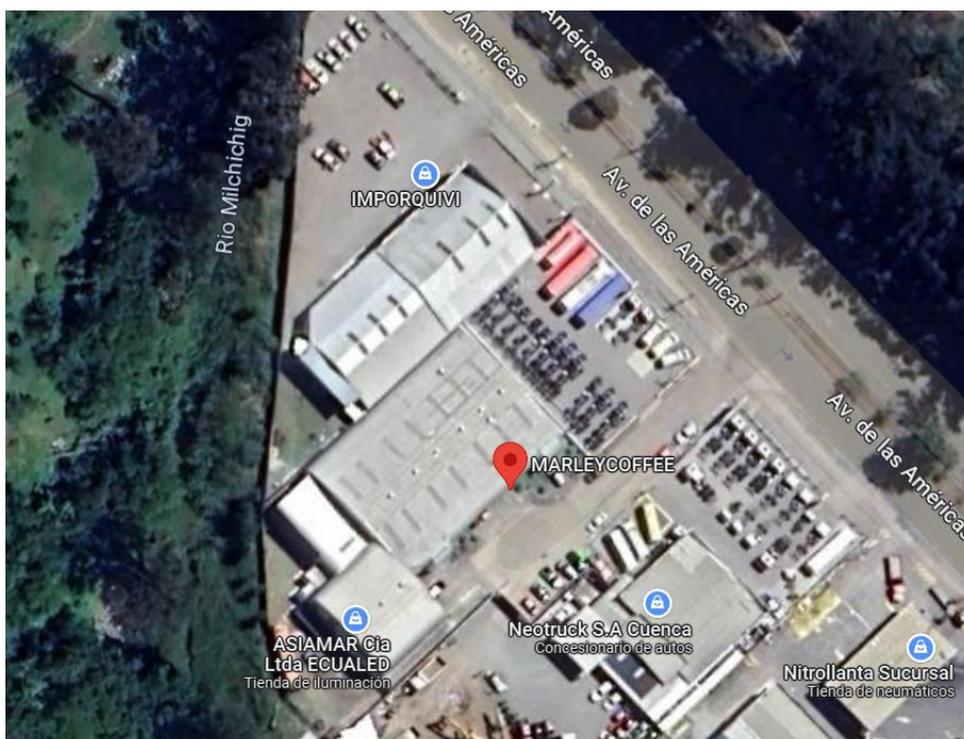
Desde sus inicios la empresa ha crecido a un buen ritmo y ha ampliado sus puntos de venta, inclusive ha incorporado nuevos productos en su oferta. Por eso, hay que evaluar la estructura organizativa actual de la empresa y determinar las necesidades de personal para una administración y funcionamiento eficientes, considerando factores como la calidad del mantenimiento de las máquinas vending de café y los programas preventivos con herramientas adecuadas.

Ubicación Geográfica

Ver detalle en figura 2.

Figura 2

Mapa de ubicación de Marley Coffee, Cuenca Ecuador 2023.



La empresa se encuentra ubicada en el parque industrial de la ciudad de Cuenca, en la Av. De la Américas y calle de Retorno, sector Quinta Chica. En la ubicación mencionada cuentan con las bodegas, área administrativa y servicio de mantenimiento. El espacio citado brinda la comodidad suficiente para el desarrollo de sus actividades por el tamaño de este.

Planificación Estratégica

La empresa no tiene una planificación estratégica, se centra en identificar las áreas que le representan una oportunidad de crecimiento. La empresa se mantiene revisando factores internos como los procesos administrativos, de talento humano y aspectos financieros; respecto a los externos como su competencia y la normativa legal, sobre todo en los trámites y procesos de importación de sus productos.

La empresa ha establecido ciertos propósitos para el cumplimiento de sus metas enfocadas al crecimiento de puntos de atención, sin embargo, no cuentan con indicadores con información real, medibles y establecidos de forma proporcional a su capacidad financiera y su rendimiento.

Para que la empresa organice una planificación estratégica que le permita competir de manera eficiente en el mercado, debe fijar objetivos claros y alcanzables para el

crecimiento, en términos de puntos de atención, expansión geográfica, participación en el mercado; objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazo definido (SMART) (Steffens & Cadiat, 2016).

Misión y Visión. Según Marley Coffee, Ecuador (2023), cuenta con su misión, visión, valores de marca, y son:

Misión. “Unimos a personas de todo el mundo en torno a la cultura del café, a través del legado de Bob Marley: amor por la naturaleza, respeto por la humanidad y cuidado del medioambiente”.

Visión. “Ser la principal marca de café orgánico a nivel mundial, reconocida por llevar el legado de Bob Marley a cada taza y por contribuir con acciones concretas al cuidado del planeta”.

Valores de marca. “Unidad - Familia – Amor - Sustentabilidad”

“El legado de Bob Marley es parte de cada una de nuestras acciones. Nuestros valores están enfocados en la unión por el bien común, el amor por la naturaleza y prácticas que contribuyan a preservar nuestro planeta”.

Tamaño de la empresa

De acuerdo con el nuevo régimen impositivo que se creó mediante la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal y que entró en vigor el 1 de enero de 2022, Marley Coffee, Ecuador forma parte del RIMPE, que en la tabla progresiva contempla ingresos desde los USD\$ 20.000 hasta USD\$ 300.000,00 anuales; Marley Coffee, Ecuador al 31 de diciembre del año anterior sus ingresos fueron de USD\$ 216.000,00 dólares anuales, de tal forma que no superó los USD\$ 300.000,00.

Situación en el Mercado

Marley Coffee, Ecuador se encuentra inmerso en un mercado dinámico y altamente competitivo. El público objetivo de Marley Coffee, Ecuador se compone principalmente de individuos de 18 a 40 años. En concreto, busca atraer a aquellos económicamente activos entre 25 y 40 años. Además, se ha observado que el consumo de café está

predominantemente representado por los hombres. Estos datos demográficos proporcionan una visión clara de a quién se dirige Marley Coffee, Ecuador en sus esfuerzos de marketing y desarrollo de productos.

En términos de poder adquisitivo, Marley Coffee, Ecuador se enfoca en el segmento de mercado de nivel socioeconómico B. Esto implica que sus productos son asequibles para este grupo demográfico y, al mismo tiempo ofrecen, un nivel de calidad y valor que satisfacen sus necesidades y expectativas.

La oferta distintiva de Marley Coffee, Ecuador se basa en la venta de café 100% orgánico y de alta calidad. La empresa se enorgullece de ofrecer un producto diferenciado que cumple con los estándares más exigentes de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial. Las certificaciones obtenidas respaldan su compromiso con prácticas comerciales éticas y respetuosas con el medio ambiente.

La ubicación de la empresa en el Océano Azul es otro aspecto relevante. El término “Océano Azul” se refiere a un espacio de mercado inexplorado y sin explotar, donde una empresa puede prosperar al crear y capturar un nuevo valor. En este sentido, Marley Coffee, Ecuador ha encontrado su lugar en el océano azul de la industria cafetera, al ofrecer un café 100% orgánico y de alta calidad, apuntando a un público objetivo específico y destacándose mediante certificaciones y prácticas responsables.

Marley Coffee, Ecuador se encuentra en una posición favorable en relación con la situación del mercado, al dirigirse a un público objetivo definido y rentable, ofreciendo productos de café diferenciados y certificados, aprovechando el potencial del océano azul, la empresa se encuentra bien posicionada para prosperar en el sector cafetero. En un mercado en constante evolución, Marley Coffee, Ecuador destaca como una marca innovadora que prioriza la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial, satisfaciendo las necesidades y preferencias de los consumidores más exigentes.

Líneas de Productos y Servicios Ofertados

Marley Coffee, Ecuador ofrece una amplia selección de café de calidad, hasta accesorios únicos y servicios adicionales. La empresa ofrece muchos productos de café de calidad. Su portafolio incluye una variedad de sabores y mezclas que cautivan los paladares de los amantes del café. Algunas de las variedades disponibles incluyen Positive Vibration, Stir it up, Buffalo Soldier, Lively Up, Catch a fire, Get up Stand up, Misty Morning, One Love y Simmer Down. Cada una de estas mezclas ofrece una experiencia única y placentera para los consumidores.

Además de las distintas variedades, Marley Coffee, Ecuador ofrece opciones versátiles para satisfacer las preferencias individuales de los consumidores. Sus productos están disponibles en diferentes formatos, como café molido, café en grano, cápsulas, café liofilizado y cold brew. Esta variedad permite a los clientes disfrutar del café de la manera que más les convenga, ya sea preparándolo en casa o en movimiento.

La empresa también se preocupa por ofrecer una experiencia completa a sus clientes y para ello cuenta con una línea de accesorios que complementan su oferta de café. Estos incluyen jarros de diversos modelos, tazas y termos diseñados pensando en la comodidad y el estilo. Estos accesorios no sólo mejoran la experiencia del consumo del café, sino que también refuerzan la identidad de la marca de Marley Coffee.

De la misma forma los productos y accesorios Marley Coffee, Ecuador ofrece servicios adicionales para satisfacer las necesidades de sus clientes de manera integral. La empresa brinda la opción de adquirir, instalar y recibir servicio continuo para máquinas de expendedoras de café tipo vending en cualquier punto del país. Este servicio es conveniente para los clientes al ofrecer la calidad y disponibilidad del café en diferentes lugares.

Asimismo, se destaca por su enfoque en la comodidad y facilidad de acceso para los clientes. La empresa ofrece una plataforma en línea a través de su página web, donde los clientes pueden realizar compras, conocer más sobre los productos y acceder a información

relevante. Esta plataforma digital proporciona un servicio adicional que permite a los clientes disfrutar de una experiencia de compra práctica y sencilla.

Marley Coffee, Ecuador se destaca en el mercado del café al ofrecer una amplia gama de productos de calidad, accesorios únicos y servicios adicionales. Su portafolio de café incluye mezclas con sabores, mientras que los diferentes formatos de presentación ofrecen opciones para satisfacer las preferencias individuales. Con la adición de los accesorios funcionales y estilosos, así como los servicios de las máquinas de expendedoras y una plataforma de línea conveniente. Se posiciona como una empresa innovadora y orientada al cliente, además de su enfoque en la calidad, la variedad y la conveniencia.

Estructura Organizacional

Según Stephen y Judge (citados por Ocampo Ulloa et al., 2019), una estructura organizacional define cómo se dividen, agrupan, y coordinan las actividades laborales. Al diseñar la estructura de una organización, los gerentes deben considerar seis elementos fundamentales: especialización en el trabajo, departamentalización, cadena de mando, extensión de control, centralización y descentralización y formalización.

“La estructura organizacional forma una parte fundamental dentro de las diferentes empresas, puesto que permite que se dividan las actividades que desenvuelve el talento humano con el fin de que sean desarrolladas de forma eficaz y eficiente, para que así contribuyan al logro de las metas y objetivos empresariales” (Ocampo Ulloa et al., 2019).

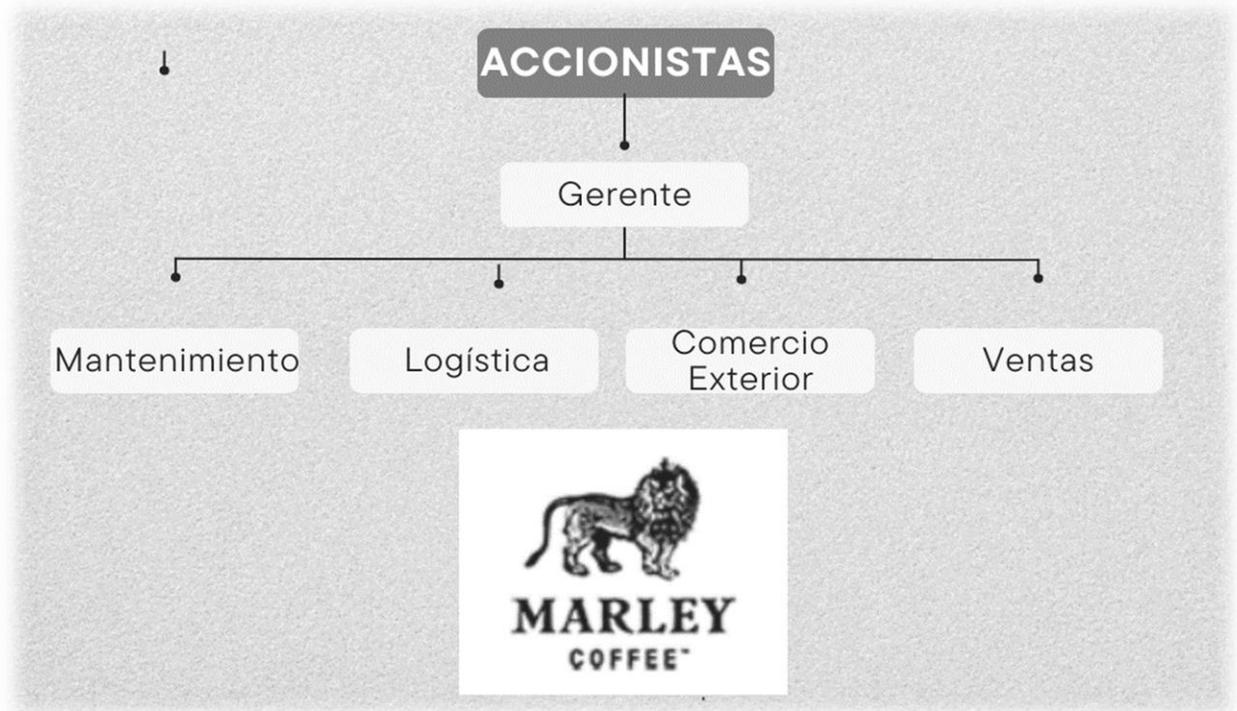
Marley Coffee, Ecuador tiene una estructura organizacional en la cual el gerente desempeña un papel activo, tomando decisiones administrativas y estableciendo las metas y objetivos empresariales. Es importante destacar que la estructura organizativa de Marley Coffee, Ecuador es jerárquica. Según Pérez (2021), esta estructura sigue una ordenación de niveles de autoridad jerárquica, con niveles superiores, medios e inferiores, donde los empleados reportan a sus superiores y las decisiones se transmiten hacia abajo. En las

empresas se usa la estructura jerárquica por su capacidad para distribuir responsabilidades y definir claramente las líneas de autoridad.

En este sentido, Marley Coffee, Ecuador aplica un modelo de estructura vertical, en el cual la autoridad y el poder de decisión recae en los niveles directivos, particularmente en el gerente de la empresa. El equipo de talento humano acata las disposiciones y directrices establecidas por el gerente para llevar a cabo las tareas (Pérez, 2021). (Ver detalle figura 3).

Figura 3

Organigrama de Marley Coffee, Ecuador 2023

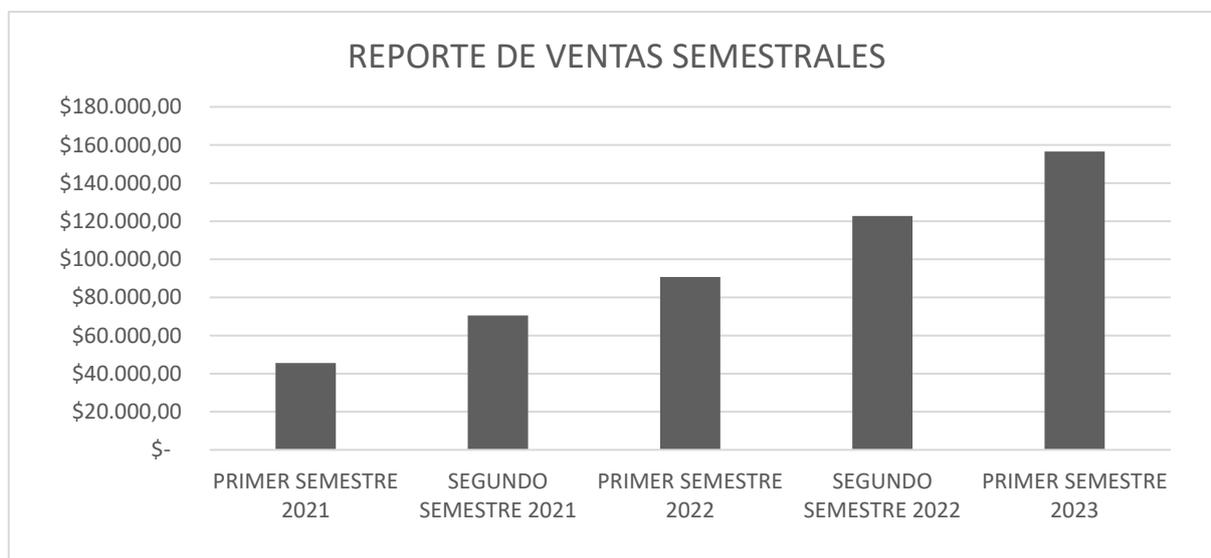


Situación Financiera

Ver detalle en la tabla 2.

Tabla 2

Análisis de las Ventas de la Empresa Marley Coffee, Ecuador año 2021, 2022 y 2023.



Primer Semestre 2021	Segundo Semestre 2021	Primer Semestre 2022	Segundo Semestre 2022	Primer Semestre 2023
\$ 45.576,28	\$ 70.582,80	\$ 90.739,37	\$ 122.725,07	\$ 156.595,53

Según los datos de ventas proporcionados por la empresa, se ha observado un significativo incremento en las ventas de Marley Coffee, Ecuador desde el año 2021 hasta el 2023. Este crecimiento se hace evidente al comparar las ventas del primer trimestre de 2022, que ascendieron a USD\$ 90.000, con las del primer trimestre de 2023, que alcanzaron los USD\$ 156.000, representando un aumento porcentual de aproximadamente el 73,33%.

Capítulo III

Analizar el Entorno Interno y Externo de la Empresa Marley Coffee Ecuador

Introducción

La calidad es fundamental en el éxito de cualquier empresa, pues influye directamente en la satisfacción y fidelización de los clientes. Para comprender a fondo el entorno interno y externo de la empresa. Marley Coffee, Ecuador se aplicó diversas metodologías de investigación, como el análisis FODA, las 5 fuerzas de Porter, la evaluación de las 7 P del marketing, el análisis de mercado y entrevistas a los clientes.

La aplicación del análisis FODA permitió identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de Marley Coffee, Ecuador, se analizó aspectos internos de la empresa, como recursos, capacidades y procesos, así como factores externos, como el entorno competitivo y las tendencias del mercado. Este análisis proporcionó una visión integral de la situación actual y facilitó identificar áreas de mejora para fortalecer la gestión de calidad y aumentar la satisfacción del cliente.

Además, la utilización del análisis de las 5 fuerzas de Porter permitió evaluar el entorno competitivo en el que Marley Coffee, Ecuador opera. Se examinaron aspectos como la competencia entre los actores ya presentes, la posibilidad de entrada de nuevos competidores, la influencia de los proveedores y los clientes en las negociaciones, y la potencial amenaza de productos o servicios sustitutos. Esto permitió identificar las posibles influencias externas que podrían afectar la calidad y la satisfacción del cliente, y sirvió como base para desarrollar estrategias efectivas de gestión de calidad.

A la vez, se evaluó las 7 P del marketing. (producto precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física) este análisis identificó las áreas en las que se pueden implementar mejoras para brindar una experiencia de calidad y satisfacer las expectativas del cliente. Asimismo, se realizó un análisis de mercado para comprender las tendencias, preferencias y demandas de los consumidores en el sector de las máquinas expendedoras de café. Esto ayudó a determinar oportunidades y desafíos específicos que puedan influir en

las preferencias y las necesidades de conveniencia y la conciencia de sostenibilidad. Este análisis ayudará a Marley Coffee, Ecuador a adaptar su gestión de calidad a las demandas cambiantes del mercado.

Por último, se llevó a cabo entrevistas a los clientes para obtener retroalimentación directa sobre su experiencia y satisfacción con la calidad del servicio. Estas entrevistas proporcionaron información valiosa sobre las expectativas de los clientes, las áreas de mejora percibidas y las sugerencias para optimizar la calidad del servicio.

En resumen, mediante la aplicación de metodologías de investigación. se obtuvo una visión integral de la gestión de calidad y su incidencia en la satisfacción del cliente. Los resultados de este estudio proporcionaron información relevante y fundamentada para implementar mejoras y brindar un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de los clientes.

Análisis FODA

El análisis FODA facilita la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, (Ver detalle en tabla 4).

Tabla 4

Matriz de análisis FODA, evaluación integral de la empresa Marley Coffee, Ecuador

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se destaca por ofrecer café premium de alta calidad, con certificación orgánica, a precios justos ✓ Cuenta con máquinas expendedoras de café de alta gama que ofrecen una experiencia de calidad y conveniencia a los clientes. ✓ Ofrece una selección de productos premium para la elaboración de recetas de café. ✓ Las máquinas expendedoras de Marley Coffee Ecuador ofrecen una amplia variedad de recetas y combinaciones de café 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los altos costes asociados a los trámites de importación, como impuestos y aranceles, pueden afectar la rentabilidad de Marley Coffee, Ecuador. ✓ La complejidad de los procesos de importación puede generar demoras y dificultades debido a los distintos orígenes de los productos en la cadena de suministros. ✓ La empresa enfrenta desafíos en el mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas expendedoras de café. ✓ Costos elevados de los repuestos para el mantenimiento correctivo

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Marley Coffee Ecuador tiene una imagen juvenil y se enfoca en principios ecológicos. ✓ Cuenta con certificaciones que respaldan su compromiso con la responsabilidad social empresarial. (RSE). ✓ Los productos se presentan de manera atractiva y con diseños llamativos. 	<p>de las máquinas expendedoras de café.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dependencia de contratos tercerizados para los procesos logísticos. ✓ Deficiencia de personal capacitado, con conocimientos técnicos y calificados en los procesos de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimizar el control de inventario para agilizar los tiempos de importación y reducir costos asociados. ✓ Definir lineamientos claros para el mantenimiento preventivo-correctivo de las máquinas expendedoras de café. ✓ Realizar reclutamiento, selección y contratación de talento humano altamente calificado para actividades administrativas y operativas. ✓ Establecer alianzas estratégicas con proveedores especializados para el mantenimiento de las máquinas expendedoras de café. ✓ Incrementar la promoción y la visibilidad para reconocimiento de la marca en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dificultad para ingresar en el mercado con productos premium. ✓ Resistencia de marcas grandes para establecer alianzas estratégicas (gasolineras, supermercados, etc.). ✓ Presencia de otras marcas extranjeras y locales en mercado genera un alto nivel de competencia. ✓ Participación en el mercado y entorno competitivo por ser país productor de café. ✓ Restricción de importación para productos lácteos y suero de leche ingredientes fundamentales para elaboración de ciertas recetas.

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) permite identificar cada uno de los factores que se conforma, entre las fortalezas se destaca la ventaja competitiva al satisfacer las demandas de los clientes interesados en calidad y sostenibilidad, la disponibilidad de productos que mejoran la experiencia del cliente, la facilidad de combinaciones y variedad de recetas, marca que genera interés y se presenta de manera atractiva.

Por otra parte, la empresa puede pasar por dificultades de disponibilidad y eficiencia de los productos por las posibles barreras para adquirir y abastecerlos y, por otro lado, la dificultad de contar con personal capacitado para mantener las máquinas expendedoras de

café y los procesos de adquisición de repuestos afectan a la satisfacción del cliente y limitan la calidad del servicio.

Es importante que la empresa implemente acciones necesarias para aprovechar al máximo las oportunidades y lograr un crecimiento sostenible en el mercado del café, con procedimientos que garanticen la disponibilidad constante de los productos, la reducción de los tiempos de inactividad de las máquinas expendedoras de café con acciones estratégicas que permitan la atención rápida y eficiente en caso de averías. Finalmente, es importante que la empresa esté consciente de sus amenazas y tome medidas estratégicas para el desarrollo de prácticas de marketing, alianzas con socios confiables, se mantenga con innovación en sus productos y diversificación de su oferta para mantenerse competitivo en el mercado.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Para efectos de análisis de la situación actual en el mercado de la empresa se desarrolla este modelo.

El Poder de Negociación de los Clientes

Se examinó la fuerza de negociación de los clientes, específicamente con relación a la distribución de las máquinas de expendedoras de café en diferentes puntos a nivel nacional. Se observó que la ubicación estratégica de estas máquinas puede afectar el acceso del consumidor final al servicio en las 24 horas y en todos los lugares.

La instalación de las máquinas expendedoras de café se lleva a cabo de manera selectiva, considerando el tamaño del negocio y la representatividad de la ubicación. Esto implica que Marley Coffee, Ecuador negocia la instalación de las máquinas en aquellos lugares donde se identifica un potencial significativo y se espera una demanda constante.

Esta estrategia permite a Marley Coffee, Ecuador optimizar la rentabilidad de sus máquinas expendedoras al enfocarse en ubicaciones estratégicas que generan un mayor impacto en términos de volumen de ventas y satisfacción del cliente. Al seleccionar cuidadosamente los lugares de instalación, la empresa puede maximizar su exposición y garantizar una presencia efectiva en el mercado.

Es importante destacar que esta estrategia también puede limitar el acceso al servicio para algunos consumidores, especialmente aquellos en áreas donde hay máquinas expendedoras limitadas. En estos casos, el acceso a los productos de Marley Coffee, Ecuador puede estar sujeto a la disponibilidad de alternativas locales.

En conclusión, la fuerza de negociación de los clientes con relación a las máquinas expendedoras de café de Marley Coffee, Ecuador está influenciada por la selección estratégica de ubicación para su instalación. Esto permite a la empresa maximizar su rentabilidad y presencia en el mercado, aunque puede limitar el acceso al servicio en ciertos lugares. Es fundamental que Marley Coffee, Ecuador continúe evaluando y ajustando su estrategia de ubicación para garantizar un equilibrio adecuado entre rentabilidad y accesibilidad para sus clientes.

El Poder de Negociación de los Proveedores

Es la medida del nivel de influencia que un proveedor posee para impactar en las elecciones de una empresa, lo que puede tener repercusiones en la competitividad del entorno y en el beneficio de los compradores. Según Casero (2023) cuando los proveedores exhiben una estructura sólida en su industria, recursos significativos y control sobre aspectos como tarifas y volúmenes de pedido, se potencia la atractividad del mercado. En esta perspectiva, evaluamos la flexibilidad de los proveedores para ajustar precios, tiempos de entrega, modalidades de pago e incluso modificar los criterios de calidad. La amplitud de la base de proveedores guarda relación directa con nuestro margen de maniobra en las negociaciones (p. 44).

En el caso de Marley Coffee, Ecuador, se observa que no existe independencia en los procesos de negociación con los proveedores. Las negociaciones y los precios se especifican antes desde las oficinas principales de Chile. Esta situación limita la capacidad de la empresa para ejercer un poder de negociación significativo con los proveedores, ya que se encuentra sujeta a las condiciones y términos establecidos desde la matriz.

La carencia de autonomía en las negociaciones puede tener implicaciones en términos de flexibilidad y capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes del mercado. Marley Coffee, Ecuador se encuentra en una posición donde su poder de negociación con los proveedores puede ser limitado, lo que lleva a tener impactos en los costos, la disponibilidad de productos y la capacidad de respuesta a las necesidades del mercado.

Como conclusión, la empresa se encuentra en una situación en la que la negociación con los proveedores no se realiza de manera independiente, esto implica un poder de negociación limitado en la competitividad y en la capacidad de adaptación a los cambios del entorno comercial.

Amenaza de Productos o Servicios Sustitutivos

Los bienes o servicios que atienden las mismas demandas que otros productos son considerados como productos sustitutos. A medida que más opciones de sustitución emergen, la atractividad de la industria se reduce. La probabilidad de que surjan estos reemplazos está relacionada con su habilidad para suplir las necesidades de los consumidores, así como con los costos y precios relacionados al cambio de un producto por otro (Alfonso, 2015).

En el caso de Marley Coffee, Ecuador, uno de los principales productos que representa una amenaza por su permanencia en el mercado es Nescafé. Sin embargo, se destaca que Marley Coffee tiene una ventaja competitiva debido a la calidad de su producto, la cual supera la ofrecida por la competencia. Aunque existen otras marcas en el mercado como Segafredo y Lavazza, estas empresas no compiten directamente en el mismo segmento de negocio al que se dirige Marley Coffee en Ecuador.

La presencia de productos sustitutos representa una amenaza para Marley Coffee, Ecuador, ya que los consumidores tienen alternativas para satisfacer sus necesidades de café. Sin embargo, la calidad y diferenciación de los productos de Marley Coffee brindan una ventaja competitiva que puede contrarrestar esta amenaza. Es importante que Marley Coffee,

Ecuador continúe enfocándose en la calidad de sus productos y en la diferenciación para mantener su posición en el mercado y minimizar el impacto de los productos sustitutos.

En resumen, la amenaza de productos sustitutos en el mercado de café se encuentra presente y en el caso de Marley Coffee, Ecuador no desconoce quiénes son sus principales competidores. Sin embargo, Marley Coffee, Ecuador se diferencia a través de la calidad de sus productos que son orgánicos y su enfoque en un segmento específico del mercado. Esta diferenciación le otorga una ventaja competitiva para enfrentar la amenaza de productos sustitutos y mantener su posición en el mercado.

Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores

La amenaza de nuevos competidores en el análisis de Porter se refiere a la posibilidad de que las empresas establecidas en un sector vean disminuido sus beneficios debido a la entrada de nuevos competidores. La magnitud de esta amenaza depende de las barreras de entrada existentes, la posibilidad de crear nuevas barreras de entrada y la acción combinada de los competidores de actuales (Pedros & Gutiérrez, 2012).

En el caso de Marley Coffee, Ecuador, los pequeños distribuidores que utilizan máquinas de café tipo vending representa una posible amenaza para el mercado. Actualmente el negocio de las máquinas expendedoras de café ha experimentado un aumento en su aceptación, no sólo en la venta de café, sino también en alimentos y bebidas en general. Por lo tanto, posicionar la marca y las máquinas de Marley Coffee, Ecuador como una opción de calidad y mayor satisfacción representa un desafío.

Por su parte, el mercado se caracteriza por la presencia de numerosas cafeterías y restaurantes que ofrecen servicios de venta de café, enfrentar la diferenciación y destacar por encima de la competencia es un reto por superar.

Es fundamental que Marley Coffee, Ecuador desarrolle estrategias efectivas de diferenciación y posicionamiento para hacer frente a la amenaza de nuevos competidores. Esto puede incluir destacar en la calidad y la singularidad de sus productos, establecer alianzas estratégicas con distribuidores importantes y mantener un enfoque constante en la

satisfacción del cliente. Al abordar estas áreas clave, la empresa puede fortalecer su posición en el mercado y minimizar los efectos negativos de la entrada de nuevos competidores.

La amenaza de nuevos competidores en el mercado del café representa un desafío para Marley Coffee, Ecuador. El surgimiento de pequeños distribuidores con máquinas de café tipo vending y la presencia de numerosas cafeterías y restaurantes requieren que la empresa implemente estrategias efectivas de diferenciación y posicionamiento para destacar y mantener su competitividad en el mercado.

Rivalidad entre competidores

Pedros y Gutiérrez (2012) afirman que:

La rivalidad entre competidores actuales se detecta por la existencia de maniobras competitivas para hacerse con una posición. Las empresas usan tácticas como las guerras de precios, las guerras publicitarias, los lanzamientos de productos o el incremento de servicios y garantías para los consumidores. La rivalidad se da cuando los competidores sienten la presión o actúan con arreglo a una oportunidad para mejorar su posición. (p.48)

Para Marley Coffee, Ecuador, la rivalidad con sus competidores actuales exige la implementación de diversas estrategias de marketing para atraer y retener a los clientes. Aunque no se dispone de acceso a información específica sobre las estrategias de marketing de Marley Coffee, Ecuador se puede afirmar que la empresa está trabajando en el desarrollo de una propuesta de marketing.

En el contexto ecuatoriano, Nescafé representa una competencia directa y significativa para Marley Coffee. Sin embargo, es importante destacar que Nescafé no cuenta con máquinas expendedoras actualizadas en tecnología e innovación. Los clientes aún dependen de la interacción con el personal del establecimiento para obtener el café. En contraste, las máquinas expendedoras de café de Marley Coffee, Ecuador son innovadoras y cuentan con tecnología de calidad, brindando una experiencia amigable para los usuarios.

A pesar de que la competencia ha tratado de emular algunas de las campañas promocionales de Marley Coffee, Ecuador y ha intensificado su presencia en puntos estratégicos, el producto ofrecido por Marley Coffee, Ecuador se diferencia de la competencia. La empresa ha desarrollado campañas promocionales para promover sus productos e insumos, lo cual le permite destacarse y atraer a los consumidores.

En conclusión, la rivalidad entre competidores actuales impulsa a las empresas a implementar diversas estrategias de marketing. En el caso de Marley Coffee Ecuador, la competencia directa con Nescafé se ve contrarrestada por la diferenciación en términos de tecnología y calidad de las máquinas expendedoras, sin embargo, las campañas promocionales no han sido muy efectivas, por lo tanto, es importante mejorar su marketing, revisar sus canales de venta para asegurar el servicio de calidad y facilitar el acceso a la variedad de productos para satisfacción de sus consumidores. Estas acciones contribuyen a mantener una posición competitiva en el mercado del café.

Las 7 P del Marketing de la Empresa Marley Coffe, Ecuador

Producto

Marley Coffee, Ecuador ofrece una amplia variedad de café de alta calidad, adaptada a diferentes preferencias y disponible a nivel nacional. Los productos incluyen café molido, café en granos, cápsulas, liofilizado y cold brew, con diversas variedades como Positive Vibration, Stir it Up, Buffalo Soldier, Lively Up, Catch a Fire, Get Up Stand Up, Misty Morning, One Love, Simmer Down.

Para brindar comodidad a los consumidores, los productos se ofrecen individualmente o en packs, y el diseño del empaque refleja el legado y la calidad que se espera del café. Marley Coffee, Ecuador ha obtenido la aprobación de la Junta de la Industria del Café en Jamaica para su certificación como Jamaica Blue Mountain.

Además de su café, la empresa también ofrece accesorios como jarros, termos y tazas, adaptados a las preferencias de los clientes. La marca se destaca por su enfoque en

el bien común, la naturaleza y las prácticas sostenibles, lo que refuerza el valor de marca y crea una experiencia de estilo de vida en torno al café.

Actualmente la empresa enfrenta dificultades en el proceso de importación de sus productos. Debido a la excesiva burocracia en los trámites administrativos y la prolongada duración de estos procedimientos. La ausencia de agilidad y facilidades para empresas como Marley Coffee, Ecuador resulta inconveniente, ya que obstaculiza el abastecimiento oportuno de sus productos.

Precio

Los precios de Marley Coffee, Ecuador son competitivos en correspondencia con el entorno del mercado, otorgando a los consumidores una gama diversa de elecciones que abarcan cantidad, variedad y dimensión en los artículos. La estrategia de fijación de precios se centra en la competencia, procurando entregar productos de excelencia a costos accesibles, de manera que colmen las necesidades y expectativas de los compradores.

En cuanto al aspecto del precio, la empresa tiene como público objetivo a personas pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y A. Por esta razón, sus precios no pueden ser competitivos si los comparamos con los productos ofrecidos por productores nacionales en el mercado. Sin embargo, es importante destacar que la oferta de Marley Coffee, Ecuador se distingue por ofrecer un producto cultivado de manera sostenible y con certificaciones como producto orgánico, lo que le confiere un mayor nivel de calidad. Esto puede justificar que sus precios sean superiores en el mercado, ya que los consumidores valoran y están dispuestos a pagar más por productos que cumplen con altos estándares de calidad y responsabilidad ambiental.

Promoción

Marley Coffee, Ecuador utiliza estrategias de marketing digital y publicidad en línea para llegar a su público objetivo, especialmente a través de las redes sociales. La empresa se encuentra diseñando un plan de marketing que incluya alianzas nacionales y publicidad

planificada para el año 2023 y 2024, buscando aumentar el reconocimiento de la marca y atraer nuevos clientes.

La empresa Marley Coffee, Ecuador cuenta con una página web (<https://www.marleycoffee.com.ec/>) donde ofrece sus productos y tiene habilitado el comercio electrónico. Aún no se ha aceptado el público, ya que en el mercado existe desconfianza respecto al uso de medios de pago electrónicos en Internet por preocupaciones sobre la seguridad y protección de datos.

En su página web, la empresa ofrece cobertura a nivel nacional, y el despacho de los productos se realiza en un plazo de 3 días laborables. Para la cancelación de los productos, se aceptan pagos mediante tarjeta de crédito o tarjeta de débito.

La empresa debe trabajar en estrategias de marketing y promoción para generar mayor confianza en el público sobre el uso de medios de pago electrónicos y mejorar la aceptación de su comercio electrónico. Además, es importante destacar los beneficios y ventajas de realizar compras a través de su página web, enfocándose en la seguridad y eficiencia de las transacciones para atraer más clientes y aumentar la participación del comercio electrónico en su negocio.

Plaza

Los productos de Marley Coffee, Ecuador son importados desde diversos orígenes, garantizando la calidad y sostenibilidad. La empresa cuenta con una página web para ofrecer sus productos y mantiene una presencia activa en las redes sociales.

La distribución física se realiza a través de máquinas expendedoras de café tipo vending ubicados estratégicamente en distintos puntos a nivel nacional, incluyendo ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Portoviejo, Loja, Ambato, Montañita y Baños de Ambato. Recientemente, la empresa ha logrado acuerdos para la distribución de sus productos en una cadena de supermercados y una cadena de estaciones de servicio a nivel nacional.

La empresa enfrenta desafíos al intentar colocar sus productos en puntos de venta. Como algunos locales consideran costoso el producto comparado con otras marcas internacionales y los productos de productores nacionales. Además, la competencia se siente amenazada por la entrada de este emprendimiento, ya ha implementado acciones de marketing para aumentar su presencia en el mercado.

No obstante, a pesar de estos obstáculos, la empresa ha sido consciente de la calidad de su producto, y ha observado un aumento en las ventas y una mayor aceptación por parte de los clientes una vez que prueban sus productos. Sin embargo, lograr este éxito no ha sido una tarea fácil, y la empresa reconoce la necesidad de trabajar en estrategias de marketing para mejorar su posicionamiento en el mercado y superar las barreras que enfrentan en la distribución y venta de sus productos.

Personas

El enfoque principal de Marley Coffee, Ecuador está en satisfacer a los clientes y brindarles una experiencia positiva con su producto. La satisfacción y calidad son elementos clave en sus estrategias de marketing, y la empresa ha identificado su buyer persona (cliente ideal) para personalizar sus mensajes y promociones.

Considerando la cultura del café Marley Coffee, Ecuador orienta sus eventos y campañas a una audiencia potencial, destacando la importancia de una atención al cliente excepcional y mensajes que conecten emocionalmente con sus consumidores.

En Marley Coffee, Ecuador, el equipo de trabajo es reducido debido a que la empresa se encuentra en el mercado desde hace apenas 3 años. La estructura organizacional es vertical, y las decisiones administrativas y financieras las toma la directiva mediante el gerente.

Hasta el momento, la empresa no cuenta con un manual de competencias y funciones, lo que implica que todo el equipo se involucre en los procesos de atención y servicio al cliente. Cada miembro del equipo se esfuerza por cumplir con el objetivo de brindar un servicio excepcional y garantizar la satisfacción del cliente.

El equipo de trabajo destaca que cuando los consumidores conocen los productos de Marley Coffee, se establece un vínculo especial con la marca. Los amantes del café reciben la marca con agrado, lo que contribuye a generar una relación sólida y duradera con los clientes.

A pesar de su corta trayectoria en el mercado, Marley Coffee, Ecuador ha logrado crear una experiencia única para sus clientes, basado en la calidad de sus productos y en un trato cercano y amigable. La dedicación y compromiso del equipo son fundamentales para mantener el prestigio de la marca y seguir creciendo en un mercado cada vez más competitivo.

Procesos

En referencia a las actividades de venta, distribución y marketing de sus productos de café, así como de los productos retail mediante e-commerce, Marley Coffee, Ecuador adopta un enfoque integral para brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Para la venta de sus productos, la empresa ha implementado una plataforma de comercio electrónico a través de su página web. Los clientes pueden realizar pedidos en línea de manera rápida y sencilla. Los pagos se gestionan mediante medios electrónicos, lo que facilita el proceso de compra.

Una vez realizado el pedido, Mary Coffee, Ecuador procede a la facturación y a la preparación de los productos para su envío. La empresa cuenta con el apoyo de servicios de courier para garantizar una entrega segura y eficiente en cualquier parte del país. Como parte de su compromiso con la satisfacción del cliente, Marley Coffee se ha comprometido a entregar los productos en un plazo no mayor a tres días laborables.

En cuanto al servicio de las máquinas de expendedoras de café, el proceso es igualmente cuidado y coordinado. Los productos son distribuidos bajo pedido de los puntos

estratégicos, que previamente han sido capacitados para realizar la carga del producto y efectuar un control básico de las máquinas.

Cuando se requiere un servicio más especializado para el mantenimiento de las máquinas de expendedoras, los locales establecen una comunicación directa con el equipo de trabajo de Marley Coffee, Ecuador y coordina las visitas necesarias. La empresa se esfuerza por brindar un servicio ágil y oportuno al cliente, aunque reconoce que a veces atender todas las necesidades de los clientes en cuanto a máquinas expendedoras puede requerir tiempo adicional por la coordinación y traslado del personal a los puntos de servicio.

Además, es importante mencionar que Marley Coffee, Ecuador es consciente de que la capacidad de atender todas las necesidades de a la vez puede verse limitada por la cantidad de personal disponible y su nivel de capacitación técnica. En este sentido, la empresa debe mejorar y fortalecer su equipo a fin de garantizar una atención eficiente y satisfactoria para cada cliente y punto de servicio.

Posicionamiento

Marley Coffee, Ecuador ofrece en el país café premium, de especialidad, 100% orgánico y arábico. La calidad del café en todas sus presentaciones y variedades, su presentación e imagen en el mercado es reconocido en las tiendas como marca, su logotipo identifica a la marca, trasmite calidad y estilo de vida.

El producto es reconocido en la cultura del café por su preocupación por el medio ambiente, la responsabilidad social empresarial se encuentra certificada con la marca por ejemplo la certificación USDA Organic (esta certificación es norteamericana y actualmente única en el país), One Tree Planted; sus procesos se ejecutan bajo estándares sustentables, el proceso de elaboración no se utilizan productos sintéticos con pesticidas, herbicidas no fertilizantes artificiales, aporta a disminuir e impacto medioambiental.

La marca se posiciona como productos con nuevas alternativas, biodegradables y compostables, la empresa trabaja con organizaciones a nivel mundial para reforestar zonas de riesgo ambiental de todo el mundo junto a comunidades y voluntarios locales. El

posicionamiento de la marca como reconocimiento de calidad en el café, tiene buena posición y juega un rol de buena experiencia.

La empresa le ha resultado difícil ingresar en el mercado por la competencia de marcas internacionales y marcas locales al ser un país productor de café; y se mantiene trabajando para crecer en el mercado. El posicionamiento de la marca en el mercado es positivo, especialmente entre el grupo de personas jóvenes que están abiertas a probar cosas nuevas y tienen una mayor disposición para acceder a medios electrónicos, páginas web y redes sociales.

La empresa se ha destacado al ofrecer máquinas expendedoras de café con tecnología avanzada, lo que ha atraído a este segmento de consumidores. Además, la compañía ha implementado estrategias de marketing que benefician a sus clientes cuando interactúan en las redes sociales durante el proceso de compra de café en las máquinas expendedoras.

Sin embargo, el público mayor de 40 años muestra una mayor resistencia a aceptar productos nuevos. Ya que tienden a ser más conservadores en sus preferentes. Esto representa un desafío para la empresa, ya que este grupo etario suele ser propietario de negocios y puntos de venta donde podrían instalarse las máquinas expendedoras de café.

Para superar esta dificultad, la empresa puede enfocar sus esfuerzos en estrategias de marketing específicas para este segmento, resaltando los beneficios y ventajas de sus productos y adaptando su enfoque a las preferencias y necesidades de este grupo de consumidores.

Análisis de Mercado

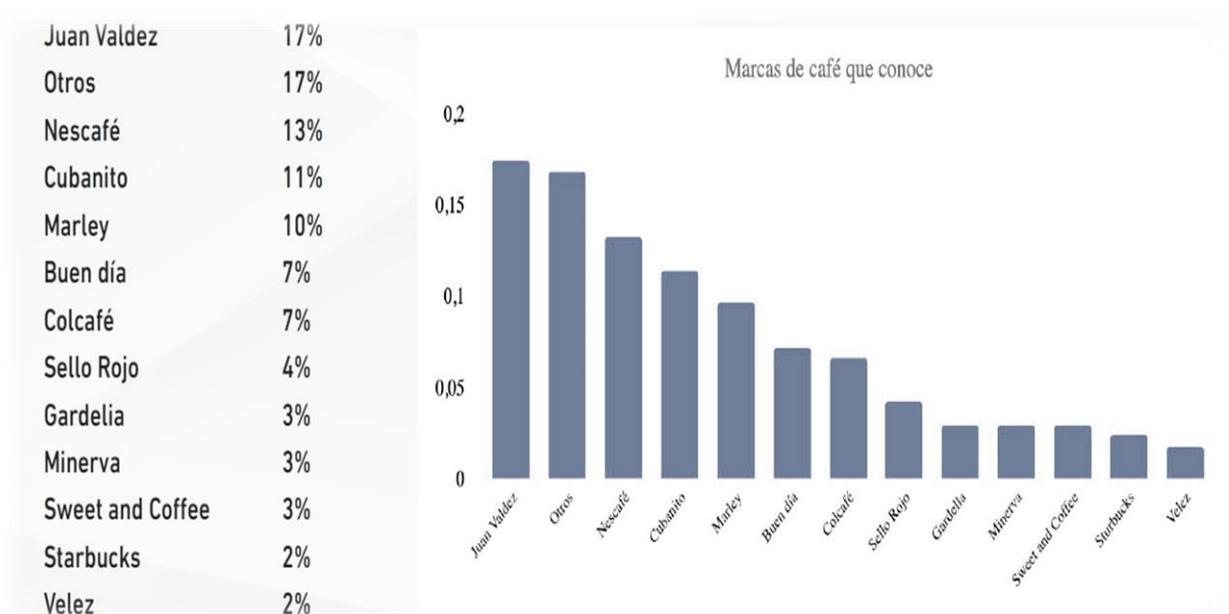
La pasión por el café, como bebida tradicional, ha experimentado una transformación en el mercado con la introducción de diversas variedades, presentaciones, recetas y novedades en el producto. Marley Coffee, Ecuador ofrece una amplia gama de alternativas y recetas para la preparación de bebidas, así como diversas opciones de presentación para satisfacer los gustos de los consumidores.

Iniciando sus operaciones en el año 2019, Marley Coffee, Ecuador enfrenta una competencia directa en el mercado de las máquinas expendedoras de café tipo vending. Además, dado que Ecuador es un país productor de café, también afronta una competencia significativa por parte de pequeños productores cafeteros. Por lo tanto, en el análisis de mercado, la empresa considera la competencia de las máquinas expendedoras y el mercado cafetero en su totalidad.

La investigación de mercado se centró en Cuenca, donde están las oficinas principales de la empresa y donde inició sus actividades. La población de Cuenca, según los datos proporcionados por la empresa, es de aproximadamente 500 mil personas. Se utilizó un margen de error del 5% con un nivel de confianza del 95%, lo que se traduce en una Z de 1,96. Según estos parámetros, el tamaño de la muestra para el estudio de mercado fue de 384 encuestas, según se detalla en el anexo 2.

Las encuestas realizadas arrojaron resultados significativos que permitieron obtener una mejor comprensión del mercado. Los detalles y conclusiones específicas derivadas del estudio de mercado revisar a detalle en la figura 4.

Figura 4
Marcas conocidas en el mercado según encuesta efectuada.

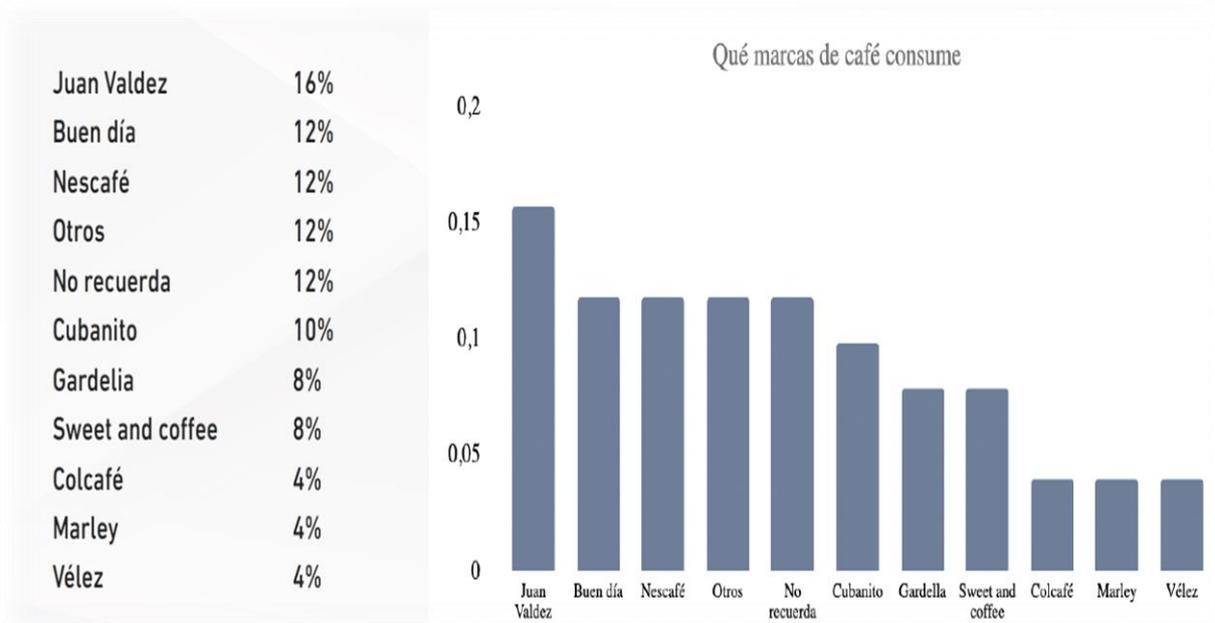


Nota: De acuerdo con el conocimiento de las marcas en primer lugar se encuentra ubicado Juan Valdez con el 17%, Marley Coffee, Ecuador se ubica en el quinto puesto con un porcentaje de 10%.

Respecto a las marcas de café de mayor consumo en el mercado de acuerdo con el análisis se determina, ver figura 5.

Figura 5

Marcas más consumidas en el mercado según encuesta efectuada.

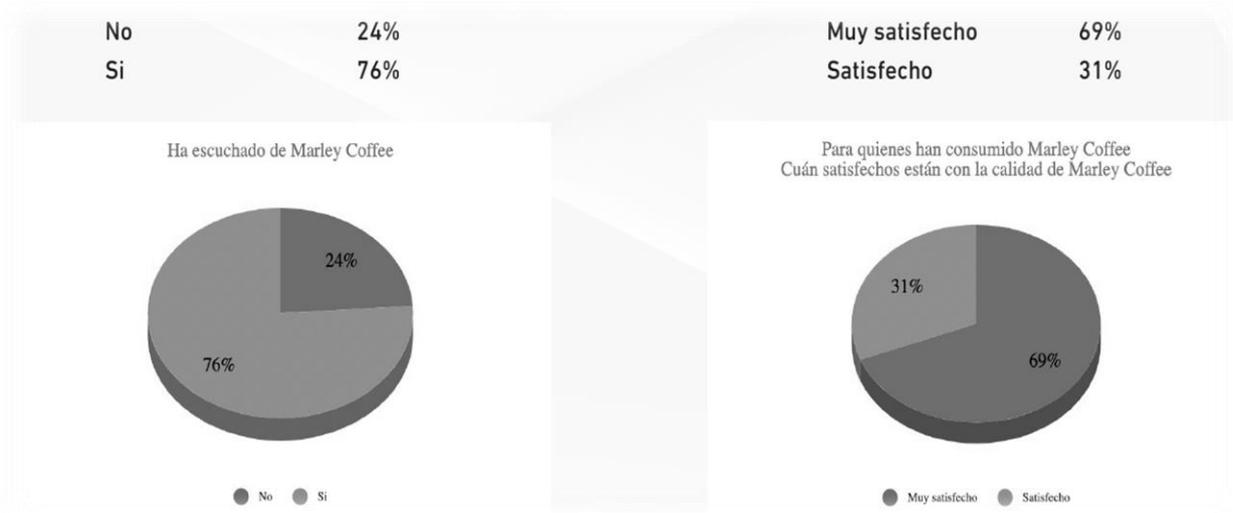


Nota: De acuerdo con la marca más consumida en primer lugar se encuentra ubicado Juan Valdez con el 16%, Marley Coffee, Ecuador se ubica en el penúltimo puesto con apenas un porcentaje de 4%.

Respecto al nivel de satisfacción del cliente en relación con la marca y su nivel de reconocimiento en el mercado. (Ver detalle en figura 6).

Figura 6

Satisfacción del consumidor respecto a la marca y qué tan conocida es en el mercado.



Nota. De los encuestados el 76% sí conoce de la marca de Marley Coffe, y 69% de los mismos se encuentran satisfechos con la calidad del producto.

Marley Coffee, Ecuador, está presente en diversas ciudades a nivel nacional con la venta de café a través de máquinas expendedoras. A continuación, detallamos la distribución de los establecimientos en diferentes localidades:

Quito. Cuenta con cinco establecimientos.

Guayaquil. Dispone de dos puntos de venta.

Cuenca tiene catorce establecimientos.

Manta y Portoviejo, cada una cuenta con un establecimiento.

Loja con dos puntos de venta.

En Ambato se ubican tres puntos de venta.

Montañita, Baños de Ambato y Azogues con un establecimiento en cada una. (Ver detalle en figura 7).

Figura 7
Presencia de Marley Coffee, Ecuador a nivel nacional.



Nota. Se muestra la presencia de puntos de venta con las máquinas expendedoras de café tipo vending a nivel nacional.

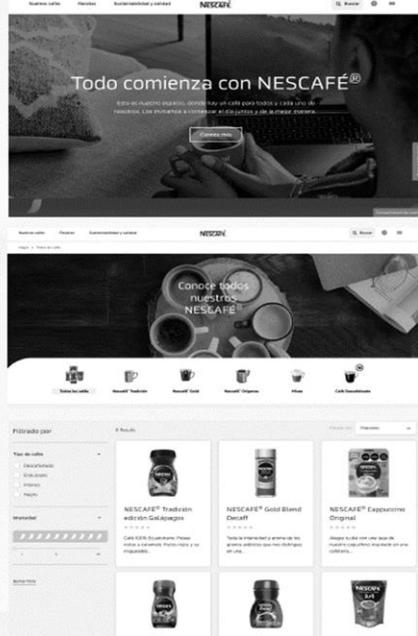
A continuación, se ha realizado un resumen de las marcas que representan competencia en el mercado para la empresa Marley Coffee, Ecuador según ciertas características. (Ver detalle en figura 8).

Figura 8

Breve resumen de la situación actual de la competencia.



Distribuidores de: Nescafé
Ciudad: Quito
e-Commerce: No
Marketplace: SI (Uber eats)
Sitio web: SI
Inicio: 2020
Sitio: <https://www.nescafe.-com/ec/>
Café Moli/Grano: NO
Accesorio marca: NO
Café Molido Orgánico: NO
Café Soluble: SI
Mixes: SI
Capsulas: SI
Maquinas Caps: SI



Sitio web: SI
e-Commerce: NO
Marketplace: NO
Cafetería propia: NO
Café Orgánico: NO
Café Molido: SI
Café Soluble: SI



establecer su mercado y audiencia objetivo, que permite a la empresa desarrollar estrategias de marketing y comunicación para satisfacer las expectativas y deseos de los clientes potenciales de manera efectiva. (Ver detalle en figura 9).

Figura 9
Perfil de buyer persona.

BUYER PERSONA 2 Isabel

Perfil		
Características demográficas	Nombre: Isabel Edad: 30 años Género: femenino Estado civil: soltera Ocupación: Diseño Dependiente de empresas. Idioma: Español e Inglés. Residencia: Guayaquil, Ecuador Estudios: Lic. Diseño Gráfico. Ingreso mensual: USD \$1300 - \$1500	
Características personales	Le gusta salir entre semana para verse con sus amigxs. Los fines de semana le gusta salir de la ciudad para ir a la playa o montañas. Ama el café por las mañanas. Hace Yoga dos veces por semana. Cuida mucho su comida. Sus hobbies son pintar y visitar nuevos lugares. Le gusta el café hecho desde prensa francesa.	
Características profesionales	Profesional en Diseño UX. Trabaja 100% remoto Trabaja para una empresa de diseño. Su equipo de trabajo son: Macbook Pro, iPhone. Su ingreso mensual es de hasta \$1300 - \$1500 americanos.	
Comportamiento en RRSS	Instagram: Pasa hasta 2 horas al día en esta red social. Facebook: Pasa hasta una hora al día en esta red social. Web: Lee blogs sobre tecnología, diseño, moda, viajes, gastronomía y música. TikTok Pasa hasta una hora al día en esta red social.	
Objetivos	Mejorar cada día en su área profesional. Mantener su forma física. Cuidar su salud mental. Mantener su organización en las tareas diarias para poder cumplir con sus objetivos personales. Mantener sus viajes por Ecuador y Latinoamérica durante todo el año.	
Desafíos	Mantener la organización entre su trabajo y estilo de vida viajero. Mantener activos sus ahorros sin descuidar su estilo de vida. Mantenerse al día con las tendencias digitales. Mejorar la manera de ahorrar.	

BUYER PERSONA 1

Mateo

Perfil		Comportamiento en RRSS	<p>Instagram: Pasa hasta una hora al día en esta red social.</p> <p>Facebook: Pasa hasta una hora al día en esta red social.</p> <p>Web: Lee blogs sobre tecnología, Marketing Digital, viajes, cocina y música.</p> <p>También lee esporádicamente noticias en medios seleccionados como la BBC, DW, NY Times, El País de España.</p> <p>En Youtube consume podcast sobre Marketing Digital, Web Shows, Yoga, Healthy Food, Ejercicios en casa y Meditación.</p> <p>TikTok Dedica 1 hora diaria en esta red social.</p>
Características demográficas	<p>Nombre: Mateo Edad: 29 años Género: masculino Estado civil: soltero Ocupación Marketing Dependiente de empresas americanas o europeas Idioma: Español e inglés Residencia: Quito, Ecuador Estudios: Lic. en Marketing Ingreso mensual: USD \$2000 - \$2500</p>		
Características personales	<p>Le gusta salir a caminar por la ciudad, depende de donde se encuentre puede ser cafés, playa, montañas. Ama el café por las mañanas. Su hobby es hacer footing, cocinar, leer, tomar fotos.</p>		
Características profesionales	<p>Profesional en Marketing Digital: Paid Media - CRM - Lead Generator. Trabaja 100% remoto Tiene tres años en este cargo. Trabaja para alguna aplicación móvil. Su equipo de trabajo son: Macbook Air, Iphone. Su ingreso mensual es de hasta \$2000 - \$2500 americanos</p>		



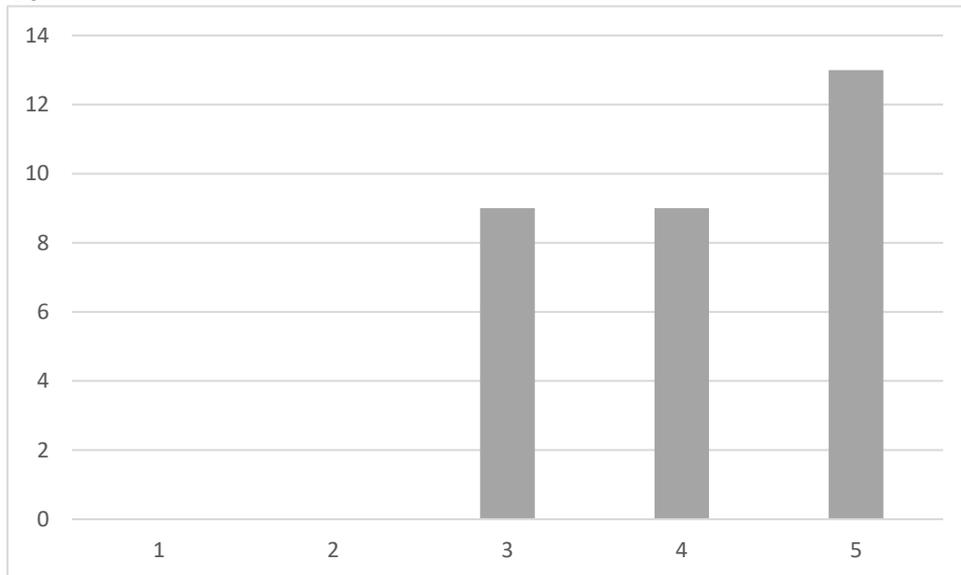
Nota. Presenta el perfil y las características de los consumidores que podrían tener interés en la marca y el consumo del producto.

Encuestas respecto al Análisis sobre el Servicio de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café Marley Coffee, Ecuador según Encuestas a los Clientes.

Ver anexo 5

La Limpieza de la Máquina Expendedora de Café como una Tarea Fácil de Realizar

Figura 10



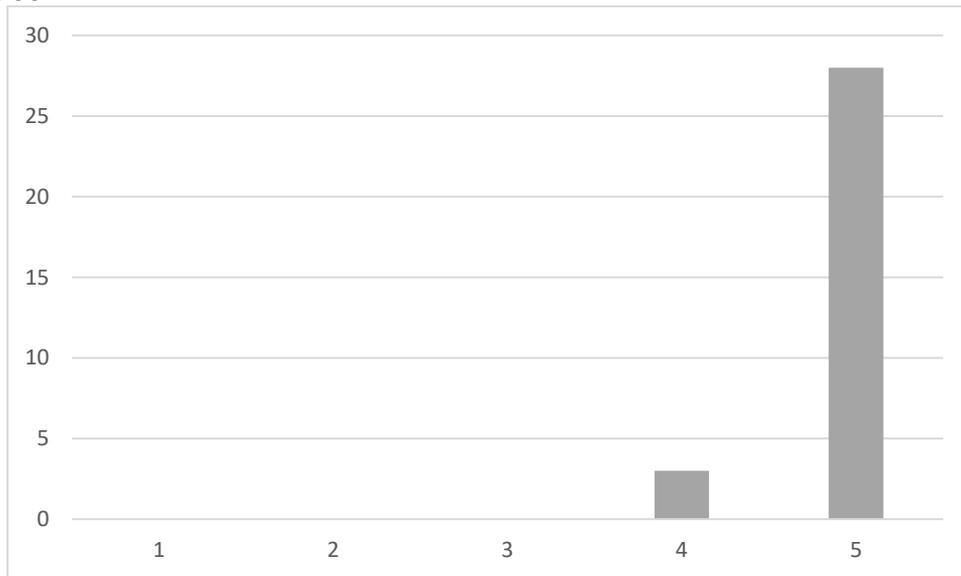
Con relación a este aspecto, el personal de los puntos de venta limpia las máquinas expendedoras de café. Cuando el equipo de Marley Coffee, Ecuador instala las máquinas, proporciona una capacitación básica sobre el manejo del equipo a este personal.

Según los resultados de la encuesta, el 41 % de los encuestados considera fácil limpiar las máquinas. Esto indica que los clientes perciben que la actividad no requiere de un conocimiento cualificado ni de una atención personalizada, ya que el proceso de limpieza y recarga del producto se realiza en poco tiempo.

Por otro lado, se observa que el 29% de los puntos de venta califican la tarea como una actividad que no complica el servicio. Esta cifra puede sugerir la necesidad de proporcionar una nueva capacitación e intervención para dar facilidades y apoyo al personal de venta, para asegurar que la limpieza de las máquinas se realice eficazmente y sin dificultades. (Ver figura 10).

La Recarga de Producto en la Máquina Expendedora de Café como una Actividad Simple de Llevar a cabo

Figura 11



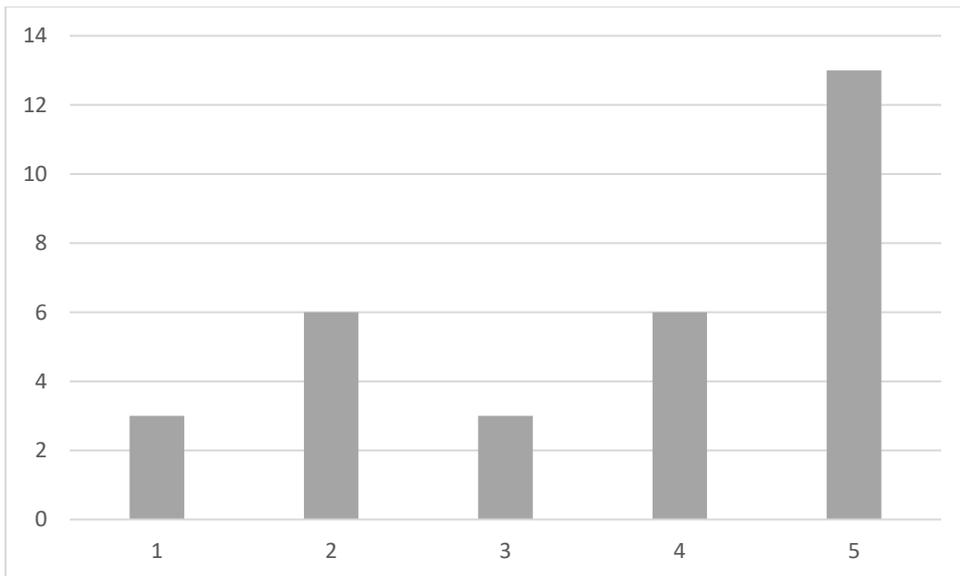
Según los resultados de la encuesta, el 90 % de los encuestados consideró que la recarga de producto en las máquinas expendedoras de café es una actividad simple de realizar.

Este resultado indica que la capacitación proporcionada por el equipo de instalación de las máquinas expendedoras de café ha sido efectiva. Además, se confirma que el funcionamiento de las máquinas expendedoras de Marley Coffee, Ecuador es sencillo, rápido y seguro. Estas máquinas cuentan con una tecnología actualizada y su operación es amigable para los usuarios.

En consecuencia, la percepción positiva de los encuestados respecto a la facilidad de recargar los productos en las máquinas expendedoras de café refuerza la calidad y eficiencia del servicio que ofrece la empresa. (Ver figura 11).

La Comunicación con el Equipo de Mantenimiento de la Máquina Expendedora de Café como Procedimiento Rápido y Efectivo

Figura 12



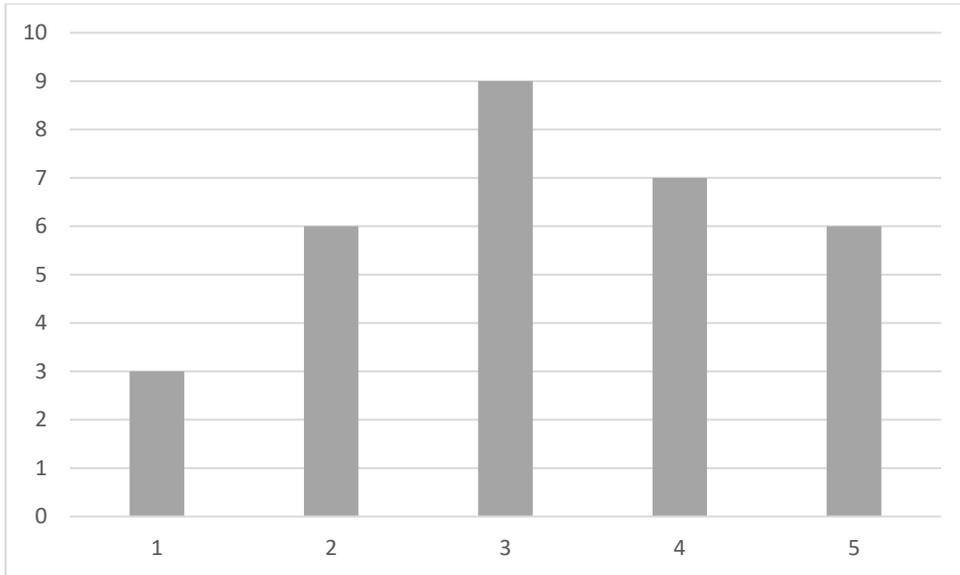
El análisis de las respuestas revela que al 41% de los encuestados considera que la comunicación con el equipo de mantenimiento es altamente relevante. Esta percepción positiva refleja una buena evaluación de la comunicación, lo cual es un factor muy positivo, ya que garantiza la eficiencia y eficacia en la calidad del servicio brindado.

Por otro lado, el 9% de los encuestados indica que la comunicación es importante, pero aún no cumple completamente con sus expectativas. Esto sugiere que existen oportunidades de mejora en el proceso de comunicación para satisfacer plenamente las necesidades de estos clientes.

Finalmente, el 28% restante de los encuestados no valida el proceso de comunicación como efectivo y no considera que la atención cumpla con sus expectativas. Esta cifra representa una oportunidad importante para implementar acciones correctivas y fortalecer el sistema de comunicación con el equipo de mantenimiento, asegurando así una atención óptima y mejorando la satisfacción general de los clientes. (Ver figura 12).

La Realización del Proceso de Mantenimiento Preventivo de Forma Regular a la Máquina Expendedora de Café

Figura 13



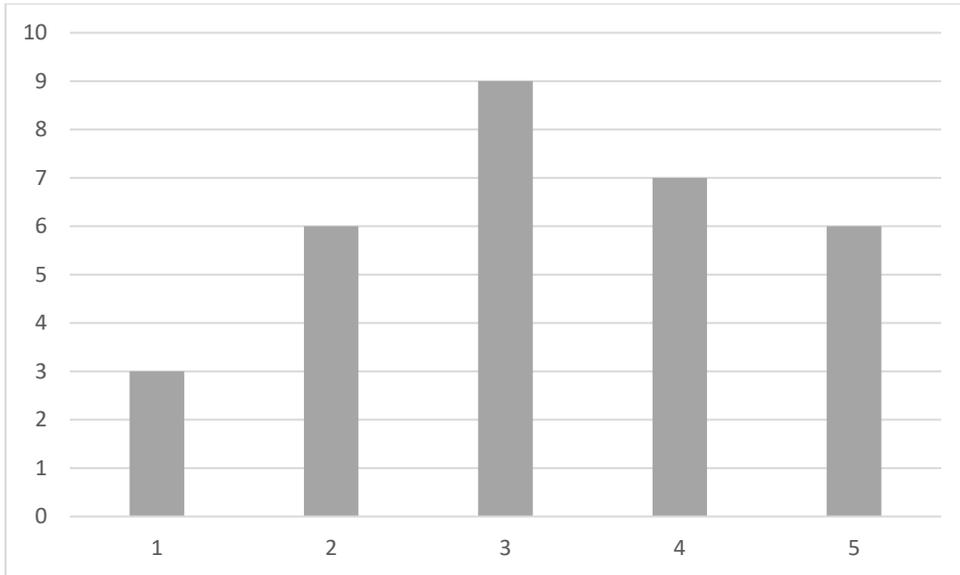
El análisis de las respuestas revela que solo el 19% de los encuestados valora el proceso de mantenimiento como un servicio frecuente y muestra una satisfacción total con dicho proceso. Sin embargo, el 22% de los encuestados expresan una satisfacción parcial en el mantenimiento preventivo, lo que indica la necesidad de mejorar este servicio.

Aproximadamente el 29% de los encuestados no considera que el proceso de mantenimiento sea continuo y no lo califican como satisfactorio. Además, el 28% de los encuestados lo califica como insatisfactorio. Estos resultados ponen de manifiesto la necesidad de que los clientes mejoren su opinión respecto al proceso de mantenimiento preventivo de las máquinas expendedoras de café.

En resumen, estos datos resaltan la importancia de enfocarse en mejorar el proceso de mantenimiento preventivo para aumentar la satisfacción de los clientes y garantizar un servicio más eficiente y satisfactorio. (Ver figura 13).

Control Periódico de la Máquina Expendedora de Café por Parte del Equipo de Mantenimiento

Figura 14



Según el análisis de las respuestas, el 41% de los encuestados considera que el control periódico de las máquinas es muy satisfactorio y satisfactorio. Por otro lado, para el 29% de los encuestados, este control no resulta relevante, mientras que el 30% restante de clientes encuestado no está satisfecho con el mismo.

Estos resultados sugieren que una parte significativa de los clientes no evalúa con satisfacción el servicio de mantenimiento, lo que posiblemente se debe a diversas razones. Entre ellas, la insuficiencia de monitoreo constante podría impedir una solución más inmediata ante cualquier eventualidad que surja con las máquinas. Un servicio de mantenimiento con mayor calidad ofrecería una respuesta más rápida, confiable y eficiente.

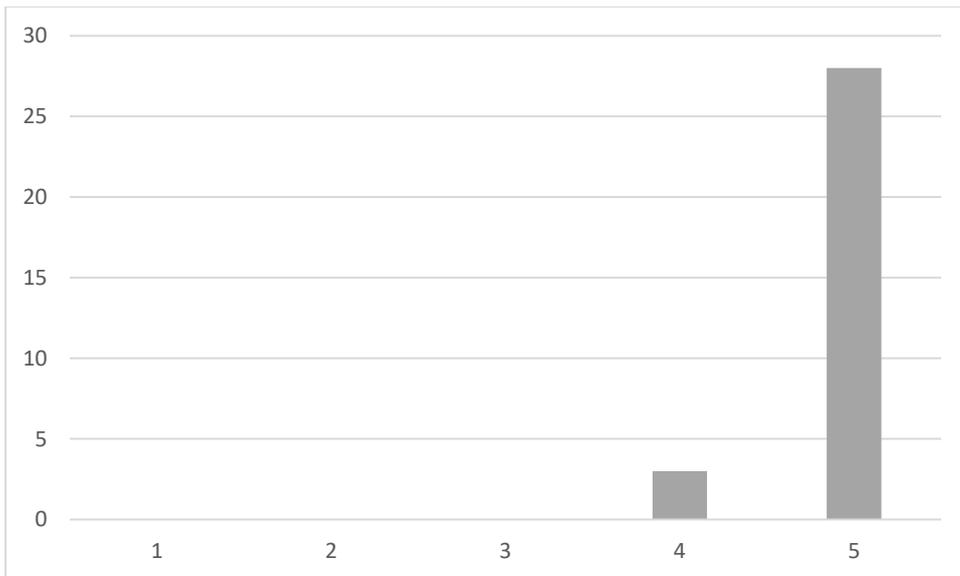
El mantenimiento de las máquinas expendedoras es una actividad periódica y constante, ya que implica revisar permanentemente aspectos como la programación, la limpieza, las recargas y el funcionamiento general para evitar atascos o errores de cobro.

En consecuencia, mejorar y fortalecer el control periódico del equipo de mantenimiento puede afectar positivamente a los clientes, garantizando un servicio más confiable y asegurando que las máquinas operen de manera óptima. (Ver figura 14).

Importancia de la Calidad en el Servicio de Mantenimiento de las Máquinas

Expendedoras de Café

Figura 15



El análisis de las respuestas revela que el 90% de los encuestados consideran que la calidad en el servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café es de suma importancia. Esta alta valoración hacia la calidad del servicio brindado por la empresa representa un factor positivo, ya que demuestra el énfasis que se pone en garantizar la confiabilidad y eficiencia en el servicio.

El porcentaje restante destaca la importancia de la calidad en el servicio de mantenimiento, lo que sugiere que, para todos los clientes encuestados, este aspecto es prioritario para la empresa.

En general, estos resultados reflejan la relevancia del servicio de mantenimiento para los clientes y la demanda de una atención que brinde satisfacción. Esto destaca la necesidad de que la empresa se enfoque y enfatice en ofrecer un servicio con una cobertura integral y un alto rendimiento.

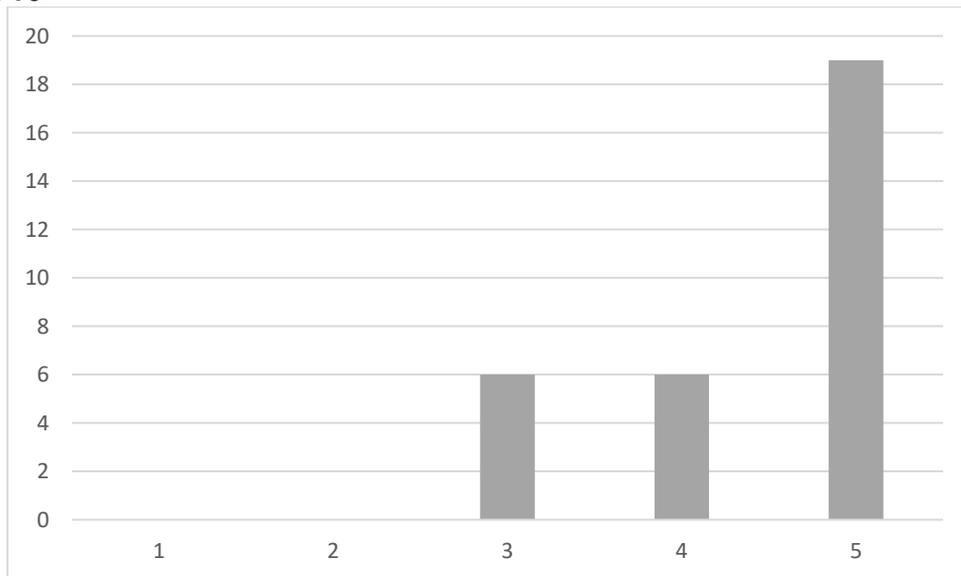
La importancia de brindar un buen servicio al cliente resalta la necesidad de organizar las prioridades, necesidades y expectativas de los clientes. Asimismo, proporciona una valiosa oportunidad para recibir retroalimentación y facilitar que los clientes se expresen sus dudas observaciones o recomendaciones.

En resumen, la percepción positiva de los clientes hacia la calidad del servicio de mantenimiento resalta la relevancia de mantener altos estándares de calidad y enfoque en la

satisfacción del cliente. Estos resultados proporcionan una base sólida para que la empresa siga mejorando y fortaleciendo su servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café. (Ver figura 15).

Mejora de los Servicios de la Empresa Marley Coffee, Ecuador en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras de Café

Figura 16



Según el análisis realizado, el 61% de los encuestados considera que los servicios en el proceso de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café de Marley Coffee, Ecuador podrían mejorar. Esta percepción refleja la demanda de una mejora continua en el mantenimiento de las máquinas expendedoras por parte de los clientes. Por otro lado, un porcentaje no muy elevado del 19% no parece darle la misma importancia a este proceso, lo que podría afectar la confianza y fidelidad de algunos clientes.

Es crucial que la empresa preste una mayor atención a la eficiencia en el mantenimiento, asegurándose de proporcionar un nivel de fiabilidad y disponibilidad que permita una atención oportuna y de calidad. Esto es fundamental para construir un vínculo de compromiso y confianza duradero con la marca.

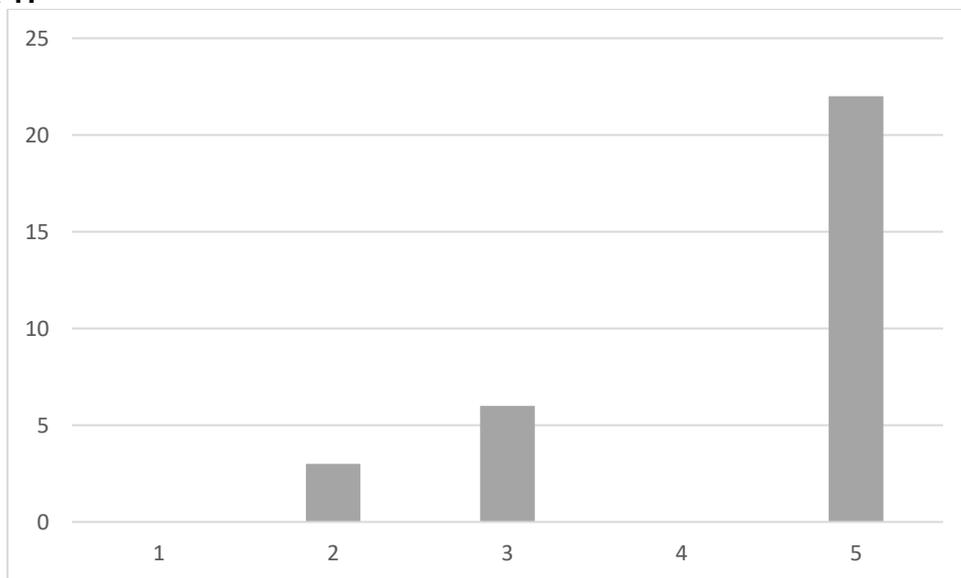
Hoy la empresa debe estar constantemente alerta para identificar posibles situaciones que permitan maximizar el nivel de servicio y reducir costos de mantenimiento. Además, es esencial mantenerse actualizados en cuanto a la tecnología disponible y utilizar procesos más

herramientas que proporcionen información precisa sobre las máquinas expendedoras. Esto permitirá tomar decisiones más productivas y acertadas.

En resumen, la percepción de los clientes sugiere que existen áreas de oportunidad para mejorar los servicios de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café. La empresa debe tomar en cuenta estas observaciones para seguir mejorando y ofreciendo un servicio excepcional que satisfaga las necesidades y expectativas de sus clientes. (Ver figura 16).

Mayor Control y Apoyo por Parte de la Compañía en General para Mejorar el Funcionamiento de la Máquina Expendedora de Café

Figura 17



Según el análisis de los datos de la encuesta, la mayoría de los encuestados, representando un 71 %, considera que es muy importante tener un mayor control y apoyo de la compañía para mejorar el funcionamiento de las máquinas expendedoras de café. Esto indica que hay una demanda significativa por parte de los clientes para que la empresa se involucre activamente en el mantenimiento y asegure un funcionamiento óptimo de las máquinas.

Por otro lado, un 19% de los encuestados no otorga importancia al control y apoyo por parte de la compañía a este aspecto. Esto puede sugerir que algunos clientes logran estar

satisfechos con el nivel actual de servicio o que no son conscientes de la relevancia que tiene para garantizar la calidad en el funcionamiento de las máquinas.

Por su parte, un 10% de los encuestados no ve como prioritario este proceso. Es importante considerar que estas opiniones pueden surgir debido a diversas razones, como la escasez de información o experiencia con problemas en el funcionamiento de las máquinas.

En general, los resultados indican que la mayoría de los clientes considera necesario que la compañía incremente su control y apoyo en el mantenimiento de las máquinas expendedoras de café. Esto destaca la importancia de que la empresa tome acciones para mejorar y fortalecer su enfoque en el proceso de mantenimiento, lo que podría traducirse en una mayor satisfacción del cliente y en una mejora significativa de la calidad del servicio ofrecido. Asimismo, es esencial que la empresa realice esfuerzos para comunicar a los clientes la relevancia de este proceso y cómo su participación contribuye a garantizar una experiencia positiva al interactuar con las máquinas expendedoras de café. (Ver figura 17).

Capítulo IV

Propuesta de Mejora con Base en las Necesidades Identificadas en la Organización

Objetivo General

Implementar un programa integral de mantenimiento preventivo para las máquinas expendedoras de café que facilite la eficacia y la calidad en el servicio de la empresa, con la finalidad de establecer una organización interna eficiente, promover la excelencia y garantizar la satisfacción del cliente.

Objetivos Específicos

Establecer una estructura organizativa sólida que facilite una coordinación efectiva entre las áreas operativas y administrativas, implementar un programa integral que abarque tanto el mantenimiento preventivo como correctivo, proporcionar capacitación al personal y mejorar la experiencia del cliente al optimizar los tiempos de respuesta.

Mejorar la calidad del servicio mediante la formalización de acciones que garanticen una atención al cliente más eficiente y efectiva, así como un aumento en la disponibilidad de personal dedicado al mantenimiento de las máquinas.

Incrementar la eficiencia de los procedimientos de mantenimiento preventivo de las máquinas mediante la introducción de procesos internos de supervisión y guía, que permita una gestión más confiable y una toma de decisiones más informada.

Fortalecer la cultura organizacional de la empresa al basarse en valores orientados hacia prácticas que promuevan la conservación del entorno ambiental y promuevan la cooperación en búsqueda del beneficio colectivo y la sostenibilidad.

Sugerir medidas en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) contemplados en las matrices del ODS 1 (Erradicación de la pobreza.), el ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y el ODS 12 (Producción y consumo responsables), que evidencie el compromiso de la empresa con la sostenibilidad tanto ambiental como social.

Justificación

Este proyecto tiene como objetivo abordar un tema de suma importancia para Marley Coffee, Ecuador: la mejora en la calidad del servicio de mantenimiento de sus máquinas expendedoras de café y cómo esto influye en la satisfacción del cliente.

Es esencial comprender el mercado de la venta de café y máquinas expendedoras en autoservicio en Ecuador. Esto implica identificar competidores directos y entender las estrategias que le permita a Marley Coffee, Ecuador discernir su posición en el mercado y encontrar oportunidades para incrementar su competitividad.

La satisfacción del cliente es un elemento crítico para el éxito empresarial. Conocer el comportamiento de los clientes y sus expectativas en relación con la calidad del servicio de mantenimiento de las máquinas permitirá a Marley Coffee, Ecuador brindar una experiencia más gratificante. Esto, a su vez, cultivará la fidelización y el boca a boca positivo entre los clientes.

La propuesta de mejoramiento en el servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café es planteada como una estrategia para fortalecer la posición de la empresa y demostrar su relevancia y competitividad en el mercado. Basándose en prácticas probadas, respaldadas por antecedentes de otras empresas y en línea con la constante mejora en el sector del consumo y la cultura del café, se proponen acciones fundamentadas en conocimientos sólidos que han demostrado su eficacia.

La implementación de estas acciones y estrategias posibilitará que Marley Coffee, Ecuador eleve su estatus y posición en el mercado. Centrar la atención en la calidad del servicio y en la satisfacción del cliente repercutirá en una percepción más positiva de la marca y contribuirá al crecimiento y éxito sostenible de la empresa.

Propuesta de la Implementación de un Programa de Capacitación al Personal

Técnico

Actualmente, la empresa tiene personal encargado de las funciones para el servicio de mantenimiento de las máquinas, pero no todos son profesionales o técnicos, solo realizan

estas actividades según las funciones asignadas. Contar con un programa ayudará a una respuesta más eficiente del trabajo y dará lugar a un mejor desempeño entre los colaboradores.

Las siguientes ideas para el programa de capacitación del personal técnico en el mantenimiento de máquinas expendedoras de café surgen de una necesidad identificada en la empresa. Actualmente, el personal a cargo de estas actividades cuenta con diferentes niveles de formación, algunos no son técnicos o profesionales, y han sido capacitados de manera informal y dispar.

La ausencia de un responsable encargado de supervisar y liderar estas actividades ha resultado en una pérdida de eficacia y garantía en el cumplimiento de los objetivos establecidos para el funcionamiento de las máquinas.

En vista de esta situación, se sugiere implementar un programa estructurado de capacitación que aborde áreas clave.

Tabla 5

Programa de capacitación para una formación estandarizada.

Estandarización de Conocimientos Técnicos

Introducción a las máquinas expendedoras de café y sus componentes principales.
Proporcionar una formación técnica integral que abarque el funcionamiento y mantenimiento de las máquinas expendedoras de café.
Establecer un plan de estudio que cubra todos los aspectos relevantes del mantenimiento preventivo y correctivo.
Identificación y solución de problemas comunes en las máquinas expendedoras.

Mantenimiento Preventivo

Importancia del mantenimiento preventivo en el buen funcionamiento de las máquinas.
Procedimientos de limpieza y mantenimiento regular para prevenir averías.
Uso de herramientas y equipos adecuados para el mantenimiento.

Reparaciones y Mantenimiento Correctivo

Identificación y diagnóstico de fallas en las máquinas expendedoras.
Técnicas de reparación y sustitución de componentes defectuosos más comunes.
Protocolos para realizar mantenimiento correctivo de forma segura y eficiente.

Formación en Normas y Procedimientos

Introducir al personal en las normas y procedimientos de seguridad para evitar accidentes y garantizar un ambiente de trabajo seguro.
Implementar protocolos de mantenimiento que aseguren una mayor eficacia en la atención a las máquinas.
Prevención de riesgos asociados con la manipulación de equipos eléctricos y electrónicos.

Desarrollo de Habilidades en Atención al Cliente

Importancia de la satisfacción de cliente en el negocio de servicio de café.

Capacitar al personal en habilidades de comunicación y servicio al cliente para mejorar la interacción con los usuarios de las máquinas expendedoras.

Enseñar técnicas para abordar quejas y resolver problemas de manera efectiva.

Prácticas y Simulaciones

Sesiones prácticas en el mantenimiento y reparación de máquinas expendedoras de café.

Simulaciones de situaciones reales de atención al cliente y resolución de problemas.

Ejercicios de trabajo de equipo para fomentar la colaboración entre el personal técnico.

Liderazgo y Supervisión

Designar a un líder o supervisor responsable de coordinar las actividades de mantenimiento y asegurar que se cumplan los objetivos establecidos.

Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y motivador para el equipo técnico.

Evaluación del Desempeño

Realizar evaluaciones periódicas para medir el progreso y desempeño del personal técnico en la capacitación.

Identificar áreas de mejora y brindar retroalimentación constructiva para el crecimiento profesional del personal.

Establecimiento de indicadores de desempeño para evaluar la efectividad del programa de capacitación.

Certificación y Reconocimiento

Ofrecer certificados a aquellos que completen satisfactoriamente el programa de capacitación.

Reconocer el esfuerzo y dedicación de aquellos técnicos que demuestren un alto nivel de habilidades y desempeño en el mantenimiento de las máquinas.

Ofrecer incentivos para aquel personal que se destaque en la calidad de servicio y satisfacción del cliente, calificados a través de encuestas bajo la modalidad digital.

Continuidad y Mejora Continua

Recopilación periódica de retroalimentación de clientes para identificar áreas de mejora y ajustar el programa de capacitación en consecuencia.

Fomento de una cultura de mejora continua en el equipo técnico para promover la excelencia en el servicio de mantenimiento.

La implementación de este programa de capacitación brindará una formación estandarizada y consistente al personal, mejorará la eficiencia en el mantenimiento de las máquinas y asegurará el cumplimiento de los objetivos establecidos para el funcionamiento óptimo de las máquinas expendedoras de café.

Asimismo, el enfoque en el servicio al cliente permitirá una interacción más satisfactoria con los clientes, aumentando su nivel de satisfacción. Con un liderazgo efectivo y un equipo altamente capacitado, la empresa podrá garantizar una operación más eficiente y mejorar su posición competitiva en el mercado. (Ver tabla 5).

Propuesta para la Implementación de los ODS (12, 16 y 17), Promover la Producción Responsable, Fortalecer la Empresa con Administración Responsable y Gestionar Alianzas Estratégicas

Actualmente, el papel de las empresas en la sociedad es crucial para fomentar el desarrollo sostenible y equilibrado. En este contexto, Marley Coffee, Ecuador como empresa dedicada a la venta de productos y servicios relacionados con el consumo de café, tiene una valiosa oportunidad para implementar tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): ODS 12, ODS 16 y ODS 17. Estos objetivos están enfocados en impulsar producción sostenible, promover la administración responsable, fomentar la ética empresarial y fortalecer la empresa de manera sólida.

Al considerar estos ODS, Marley Coffee, Ecuador puede contribuir activamente a la creación de comunidades más sostenibles y resilientes, promoviendo prácticas comerciales, responsables y éticas. Al mismo tiempo, la empresa puede fortalecer su posición en el mercado al alinearse con los valores y principios fundamentales de desarrollo sostenible.

La implementación de estas metas beneficiará a la empresa en imagen y reputación, y tendrá un impacto positivo en el bienestar de sus clientes, empleados y las comunidades donde opera. A través de acciones concretas y estrategias enfocadas Marley, Coffee, Ecuador puede marcar la diferencia en el camino hacia un futuro más sostenible y próspero para todos.

Estas sugerencias se basan en la identificación de oportunidades para la implementación de acciones que le otorguen a la empresa beneficios en sus acciones para mejora continua, además de cumplir con su responsabilidad social empresarial puede ser una oportunidad para mejorar su eficiencia operativa, generación de valor y reconocimiento de la marca como modelo responsable además de poner en práctica sus valores como empresa. (Ver tablas 6, 7 y 8).

Tabla 6
Matriz del ODS 12 Producción y Consumo Responsable.

Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible	Acciones	Beneficios	Indicadores de Cumplimiento
12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.	Promover la importancia del consumo consciente y responsable. Esto podría lograrse a través de etiquetado informativo en los productos, promoción de la reutilización de envases en sus redes sociales. Promocionar las actividades que la marca lleva a cabo y sus certificaciones.	La reutilización de materiales contribuirá a la disminución del impacto ambiental por generación de residuos. Educar y crear conciencia a sus clientes de la importancia de las tres R (Reducir, Reciclar y Reutilizar).	Incremento del porcentaje de la imagen corporativa para promocionar la responsabilidad ambiental. Nivel de aceptación por parte de los clientes hacia las alternativas biodegradables. Percepción de la empresa según sus certificaciones en responsabilidad ambiental.
12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.	Innovación en envases: Continuar trabajando en el desarrollo de nuevos formatos sustentables que no solo protejan el producto, sino que también minimicen el impacto ambiental y mejoren la experiencia del cliente.	Mejora de la imagen de la marca. Adoptar prácticas responsables y sostenibles puede mejorar la percepción de la marca en la mente de los consumidores y valorar la sostenibilidad en las decisiones de compra.	Incremento en la retención de clientes debido a la mejora de la experiencia a través de nuevas alternativas. Incremento en la participación de mercado de nuevas alternativas, en comparación con las opciones convencionales. Reducción en la huella ecológica de la empresa a través de implementación de alternativas amigables con el medio ambiente.
12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible	Educación al cliente. Crear campañas donde se informe a los clientes y público sobre las prácticas sostenibles de producción y consumo que Marley	Diferenciación en el mercado dando a conocer la adopción de prácticas sostenibles para diferenciar a Marley Coffee de la competencia,	Número de interacciones, impresiones y alcance en las plataformas digitales y redes sociales. Incremento de comentarios

Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible	Acciones	Beneficios	Indicadores de Cumplimiento
y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.	Coffee implementa, para aumentar la valoración del compromiso de la empresa y la conciencia sobre la importancia de sostenibilidad.	atrayendo a clientes que buscan productos y marcas que se alineen con los valores de la empresa.	positivos sobre las prácticas sostenibles en redes sociales y reseñas en línea. Evaluación de retención de nuevos clientes comparada con clientes indiferentes a prácticas de sostenibilidad.

Nota. Las metas descritas en esta tabla se tomaron de la página web de las Naciones Unidas. Moran, M. (2015, enero 14). *Consumo y producción sostenibles*. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Al alinearse con el ODS 12, la empresa contribuirá al desarrollo sostenible a nivel local y global, colaborando en la construcción de un futuro más responsable y consciente. Estas acciones y beneficios demuestran cómo Marley Coffee, Ecuador puede promocionar sus prácticas de producción y consumo responsables para fortalecer su imagen con su enfoque sostenible para beneficiar tanto al medio ambiente como a su posición en el mercado, fortaleciendo su imagen empresarial en referencia a sus certificaciones y actividades para el cuidado en la calidad de sus productos.

Tabla 7
Matriz del ODS 16 Paz, Justicia e Instituciones Sólidas.

Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible	Acciones	Beneficios	Indicadores de Cumplimiento
16.6 Crear a todos los niveles las instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.	Mejorar y consolidar la imagen institucional y los principios éticos de la empresa.	El cumplimiento de prácticas éticas y justas reduce el riesgo de enfrentar problemas legales, protegiendo así la reputación y	Medir el nivel de transparencia de las prácticas y decisiones de la empresa con evaluaciones periódicas. Llevar a cabo revisiones regulares

		estabilidad de la empresa.	de las operaciones, contratos y relaciones comerciales para asegurar el cumplimiento de estándares éticos. Evaluar la eficacia de los procesos internos de la empresa para identificar y mitigar riesgos legales o de reputación.
16.b Promover y aplicar leyes y políticas discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.	Establecer procedimientos que garanticen salarios justos, condiciones laborales seguras y respeto a los derechos de los trabajadores.	Prevenir posibles sanciones legales, multas o litigios por no cumplir con las leyes y regulaciones pertinentes. Reforzar la imagen corporativa y la percepción de la empresa.	Cumplimiento de salarios justos y condiciones laborales, medir que los procedimientos aseguren salarios justos y condiciones seguras para los empleados. Evaluar la tasa de cumplimiento de leyes y regulaciones, medir el porcentaje de cumplimiento de la empresa de manera efectiva. Realizar encuestas periódicas para evaluar su percepción sobre sus derechos, salarios y condiciones laborales.
16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.	Colaborar en las comunidades locales productoras de café participando en proyectos de impacto como salud o desarrollo comunitario.	Generar un impacto positivo y duradero en las comunidades apoyando el desarrollo y mejoramiento de calidad de vida.	Medir la frecuencia y el grado de participación de Marley Coffee en proyectos de impacto en las comunidades locales productoras de café. Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de los proyectos en las comunidades locales.

Evaluar el grado de impacto en que Marley Coffee promueve la participación de las comunidades en decisiones de proyectos.

Nota. Las metas descritas en esta tabla se tomaron de la página web de las Naciones Unidas. Morán, M. (2020a, June 17). *Alianzas - desarrollo sostenible*. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>

Tabla 8

Matriz ODS 17, Alianzas para lograr los objetivos.

Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible	Acciones	Beneficios	Indicadores de Cumplimiento
17.14 Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible.	Colaborar con los productores locales para establecer acuerdos comerciales justos y promover prácticas sostenibles.	Fortalecer la cadena de suministro, asegurando disponibilidad de café de alta calidad y fomentar el crecimiento conjunto.	Prácticas sostenibles implementadas que evaluarían la adopción y aplicación de prácticas sostenibles en colaboración con productores locales. Evaluar el aumento de la producción y ventas de café de alta calidad proveniente de los acuerdos comerciales. Medir el grado de satisfacción de los productores locales involucrados en los acuerdos comerciales.
17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las	Establecer alianzas estratégicas con los puntos de venta para contribuir con la preservación del medio ambiente participando en proyectos conjuntos, puede ser campañas	Demuestra compromiso de la empresa con la sostenibilidad desarrollando, mejorando reputación posición responsable.	Evaluar el impacto positivo de las alianzas, se puede medir la reducción de residuos, la implementación de prácticas ecológicas o la adopción de

Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible	Acciones	Beneficios	Indicadores de Cumplimiento
estrategias de obtención de recursos de alianzas.	de para reciclaje, de campañas educativas.		tecnologías más limpias. Medir el reconocimiento y la percepción pública de Marley Coffee a través de las encuestas de opinión.
17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo.	Establecer conexiones que puedan facilitar mejores prácticas y oportunidades con asociaciones o redes.	Alianzas pueden facilitar el acceso a conocimientos técnicos, financiero y acceso a productos.	Medir la cantidad de conexiones exitosas establecidas para compartir conocimientos para desarrollo sostenible. Medir la efectividad con la que los conocimientos, tecnología compartidos a través de las alianzas. . Evaluar el impacto directo de las alianzas por ejemplo en reducción de huella ambiental, mejora de condiciones de trabajo.
17.14 Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible.	Buscar cooperación entre las empresas y grupos con interés para el desarrollo de sostenibilidad.	Trabajar con grupos del sector puede generar nuevas ideas para impulsar la innovación de productos y procesos.	Evaluar la cantidad de nuevas ideas para la innovación de productos con potencial de impacto. Evaluar el impacto directo de las ideas de sostenibilidad y la cadena de suministro.

Nota. Las metas descritas en esta tabla se tomaron de la página web de las Naciones Unidas. Morán, M. (2020d, June 17). *Paz y justicia - Desarrollo Sostenible*. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/peace-justice/>

Con estas propuestas se plantea posibilidades para que Marley Coffee, Ecuador demuestre un interés y compromiso con la implementación de prácticas sostenibles y responsables, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, a través de diversas acciones, la empresa puede fortalecer su identidad corporativa, mejorar la calidad del servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café y promover buenas prácticas.

Adoptar medidas para la sustitución de materiales por alternativas biodegradables hasta el compromiso con los productores locales de café, la empresa mejora en su cadena de suministro y también generaría un mayor valor para los consumidores; lo que implica diferenciación en el mercado.

Trabajar en la consolidación de principios de ética y responsabilidad empresarial con un enfoque de transparencia, y promover alianzas, refuerza la identidad de la empresa como agente responsable y comprometido con el bienestar de los colaboradores y sociedad.

Las acciones propuestas para emprender representan un impacto positivo en su posicionamiento, también reflejarían un compromiso con la sostenibilidad, la responsabilidad y la colaboración, estos esfuerzos tendrán un efecto positivo en la empresa, en los colaboradores, en sus clientes y consumidores en general.

Propuesta de Mejora para la Estructura Organizativa en Marley Coffee, Ecuador

Establecer una estructura organizativa robusta que promueva una coordinación fluida y eficaz entre las áreas operativas y administrativas, con el fin de optimizar la atención al cliente y garantizar la calidad del servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café. (Ver tabla 9).

Tabla 9

Matriz de acciones e indicadores de cumplimiento para mejora.

Acciones	Indicadores de Cumplimiento
Reestructurar el departamento operativo y administrativo para asegurar una comunicación directa y eficiente.	Implementación de la Estructura Reorganizada: Implementar exitosamente la nueva estructura en tres meses.
Crear un equipo de coordinación interdepartamental que sea responsable de	Eficiencia en la Comunicación: Evaluar una mejora del 25% en la velocidad y calidad de

Acciones	Indicadores de Cumplimiento
<p>supervisar la ejecución del programa integral de mantenimiento, asegurando la fluidez de la información y la toma de decisiones estratégicas.</p>	<p>la comunicación entre las áreas operativas y administrativas. Colaboración Interdepartamental: Obtener una calificación promedio de 4,5/5 en encuestas internas de satisfacción en el servicio.</p>
<p>Incrementar el equipo de técnicos especializados en mantenimiento de máquinas expendedoras de café.</p> <p>Contratar y capacitar a tres nuevos técnicos para asegurar la cobertura y tiempos de respuesta más rápidos a las solicitudes de mantenimiento a nivel nacional.</p>	<p>Nuevos Técnicos Contratados: Alcanzar la contratación y capacitación exitosa de los tres nuevos técnicos en un plazo de dos meses.</p> <p>Cobertura de Atención Mejorada: Evaluar una reducción del 20% en los tiempos de respuesta a solicitudes de mantenimiento comparado con el periodo anterior.</p> <p>Satisfacción del Cliente: Obtener una tasa de satisfacción del cliente con relación al servicio técnico del 90% o más.</p>
<p>Implementar un programa integral que abarque tanto el mantenimiento preventivo como correctivo de las máquinas expendedoras de café. Este programa garantizará una atención proactiva y rápida ante posibles problemas, asegurando el funcionamiento óptimo de las mismas.</p>	<p>Implementación del Programa Integral: Lograr la implementación exitosa del programa en un plazo de tres meses.</p> <p>Mantenimiento Preventivo Realizado: Alcanzar un 100% de cumplimiento en el mantenimiento preventivo programado en el primer año de implementación.</p> <p>Reducción de Incidencias: Evaluar una disminución del 25% en las incidencias reportadas por los clientes luego de la implementación del programa.</p>
<p>Desarrollar programas de capacitación para el personal tanto de las áreas operativas como administrativa, enfocado en la atención al cliente, habilidades técnicas y conocimiento profundo de los productos. Asegurar un equipo calificado y comprometido en brindar un servicio de calidad.</p>	<p>Programas de capacitación desarrollados: Lograr la creación y ejecución de programas de capacitación en un plazo de dos meses.</p> <p>Participación del Personal: Alcanzar la participación del 90% del personal en los programas de capacitación.</p> <p>Mejora en la Calidad del Servicio: Evaluar una calificación promedio de satisfacción del cliente con relación al servicio antes y después de la implementación de los programas de capacitación, buscar un aumento del 15%.</p>
<p>Crear una plataforma de retroalimentación en línea para que los clientes puedan reportar sus experiencias y sugerencias de mejora.</p>	<p>Plataforma de Retroalimentación Implementada: Lograr la puesta en marcha de la plataforma en línea en un plazo de un mes.</p>

Acciones	Indicadores de Cumplimiento
Esto permitirá a Marley Coffee, Ecuador obtener información directa de sus clientes y ajustar sus procesos en función de sus necesidades y expectativas.	Número de Retroalimentación Recibidas: Obtener al menos 50 retroalimentaciones de clientes en el primer trimestre de implementación. Acciones de Mejora Implementadas: Evaluar el número de acciones de mejora y cambios implementados en función de las retroalimentaciones de los clientes, buscando un aumento del 20% en las áreas identificadas para mejora.

La propuesta de mejora en la calidad del servicio de Marley Coffee, Ecuador se centrará en fortalecer la calidad del servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café de Marley Coffee, Ecuador, a través de acciones específicas, indicadores de cumplimiento medibles y una dedicación continua para garantizar la satisfacción del cliente y una experiencia excepcional en cada punto de venta.

Propuesta para Incrementar la Eficiencia de los Procedimientos de Mantenimiento

Preventivo de las Máquinas Expendedoras de Café

El objetivo de esta propuesta es mejorar la eficiencia de los procedimientos de mantenimiento preventivo de las máquinas expendedoras de café para garantizar una alta rentabilidad, impactar positivamente en la satisfacción del cliente y fortalecer el posicionamiento de la marca en relación con la competencia. (Ver tabla 10).

Tabla 10

Matriz de procedimientos para el mantenimiento preventivo de las máquinas.

Acciones	Indicadores de Cumplimiento
Implementar un sistema de monitoreo por control de desgaste sobre el estado operativo y las necesidades de mantenimiento de las máquinas. Esto proporcionará información precisa y oportuna, lo que permitirá programar intervenciones preventivas y evitar problemas antes de que ocurran.	Sistema de Monitoreo Implementado: Lograr la implementación del sistema de monitoreo en todas las máquinas en un plazo de 3 meses. Reducción de Averías No Planificadas: Registrar una disminución del 30% en el número de averías no planificadas en el primer año de implementación del sistema. Tiempo Promedio de Respuesta: Mantener un tiempo promedio de respuesta a

Acciones	Indicadores de Cumplimiento
<p>Implementar procedimientos para mantenimiento predictivo utilizando la información recopilada a través del sistema de monitoreo y control para aplicar técnicas de mantenimiento predictivo. Aprovechando los datos para predecir posibles fallas y tomar medidas preventivas, reduciendo el tiempo de inactividad de las máquinas y mejorando la experiencia del cliente.</p>	<p>problemas identificados por el sistema que no supere las 24 horas.</p> <p>Implementación de Técnicas Predictivas: Asegurar la implementación de al menos dos técnicas de mantenimiento predictivo en el primer año.</p> <p>Reducción de Averías Graves: Lograr la disminución del 25% en el número de averías graves o fallos catastróficos en las máquinas.</p> <p>Aumento en la Disponibilidad de las Máquinas: Evaluar un aumento del 15% en la disponibilidad de las máquinas para su uso, con la reducción del tiempo de inactividad.</p>
<p>Desarrollar un plan estratégico de mantenimiento que establezca intervalos y actividades de mantenimiento preventivo específicos para cada máquina, considerando su uso y ubicación. Esto optimizará los recursos y garantizará un mantenimiento oportuno y adecuado.</p>	<p>Plan Estratégico de Mantenimiento Elaborado: Garantizar la creación y aprobación del plan estratégico de mantenimiento en un plazo de dos meses.</p> <p>Cumplimiento de Intervalos de Mantenimiento: Evaluar y mantener un cumplimiento del 90% o más en los intervalos de mantenimiento establecidos en el plan.</p> <p>Reducción del Costo de Mantenimiento: Registrar una disminución del 20% en los costos de mantenimiento en el primer año gracias a la planificación estratégica.</p>
<p>Implementar un mantenimiento preventivo proactivo implica establecer un sistema integral y planificado para el cuidado y mantenimiento regular, enfocado en la anticipación de problemas potenciales.</p>	<p>Tasa de Máquinas Inactivas: Reducción de la tasa de máquinas inactivas en un 20% en los primeros seis meses, comparado con el periodo anterior a la implementación.</p> <p>Tiempo Promedio de Detección y Solución: Reducción del tiempo promedio de detección y solución de problemas en un 30%, asegurando una respuesta más rápida y eficiente.</p> <p>Aumento de Rentabilidad. Evaluar un aumento del 15% en los ingresos generados por las máquinas, como resultado a la disminución de inactividad y problemas no previstos.</p> <p>Nivel de Satisfacción del Cliente: Medir un aumento del 25% en el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a la</p>

Acciones	Indicadores de Cumplimiento
	disponibilidad y funcionamiento de las máquinas.

En conclusión, la propuesta de mejora orientada a incrementar la eficiencia de los procedimientos de mantenimiento preventivo de las máquinas expendedoras de café en Marley Coffee, Ecuador, representa un paso significativo hacia la optimización de la calidad del servicio ofrecido. La implementación de un enfoque proactivo mediante el uso de matrices que faciliten el sistema de monitoreo, junto con la adecuada formación del equipo y la optimización de tiempos de respuesta, reflejará un compromiso firme con la satisfacción del cliente y la rentabilidad empresarial.

La adopción de esta propuesta no solo asegura una mayor disponibilidad de las máquinas expendedoras, reduciendo su tiempo de inactividad y evitando pérdidas de productividad, sino también fortalece la imagen de Marley Coffee como una marca preocupada por la innovación y la excelencia en el servicio. La capacidad de prevenir problemas y anticiparse a posibles fallas en las máquinas permitirá atender las necesidades de los clientes de manera más eficiente y evitará impactos negativos en la experiencia de consumo.

La implementación de indicadores de cumplimiento sólidos permitirá medir con precisión el progreso y los resultados de esta propuesta, asegurando una evaluación constante y la posibilidad de ajustes para maximizar sus beneficios. En última instancia, esta iniciativa no sólo optimizará la eficiencia de los procedimientos de mantenimiento, sino que también contribuirá a posicionar a Marley Coffee como líder en el sector, destacándose por su enfoque en la satisfacción del cliente y la adopción de prácticas sostenibles y tecnológicas que marcan diferencia en el mercado.

Propuesta para la Implementación de Mantenimiento Preventivo Proactivo

La propuesta para la implementación de un mantenimiento preventivo proactivo implica establecer un sistema integral y planificado para el cuidado y mantenimiento regular de las máquinas expendedoras de café.

Este enfoque se basa en la anticipación de problemas potenciales y en la realización de tareas de mantenimiento antes de que se presenten fallas o interrupciones en el funcionamiento. Esto se logrará mediante la programación regular de inspecciones, ajustes y reemplazo de piezas, garantizando un rendimiento óptimo de las máquinas y previniendo daños. (Ver tabla 11).

Tabla 11

Matriz de implementación de acciones para el mantenimiento preventivo.

Acciones para seguir	Indicadores de Cumplimiento
Evaluación de Necesidades: Realizar un análisis exhaustivo de las máquinas expendedoras de café existentes para identificar las áreas de mayor desgaste y los componentes más propensos a fallas.	Tasa de Fallas Prevenibles: Reducción de la tasa de fallas prevenibles en un 25% en el primer año de implementación del mantenimiento preventivo proactivo.
Elaboración de Planes de Mantenimiento: Diseñar planes de mantenimiento preventivo para las máquinas, definiendo las tareas realizar, la frecuencia y los recursos necesarios.	Tiempo Promedio de Detección y Solución:
Programación Regular: Establecer un calendario de mantenimiento regular que incluya inspecciones, limpiezas y reemplazos planificados. Priorizar momentos de menor uso para minimizar el impacto en la operación.	Ahorro de Costos de Reparación: Medir un ahorro mínimo del 15% en los costos de reparación y mantenimiento correctivo, al evitar problemas graves y costosos.
Formación del Personal: Capacitar al personal de mantenimiento preventivo, fomentando la adquisición de habilidades técnicas y la identificación temprana de problemas.	Incremento de Productividad: Evaluar un aumento del 20% en la disponibilidad de las máquinas expendedoras, lo que se traduce en mayor productividad y rentabilidad.
Registro y Seguimiento: Mantener un registro detallado de las actividades de mantenimiento realizadas, así como de los resultados obtenidos. Utilizar esta información para ajustar y mejorar	Satisfacción del Cliente: Medir un aumento del 15% en la satisfacción del cliente en relación con la disponibilidad y funcionalidad de las máquinas, reflejando una mejora en la experiencia del usuario.

continuamente los planes de mantenimiento.

En el contexto presentado, es evidente la necesidad de instaurar un formato operativo que permita a nuestro equipo de mantenimiento realizar las actividades de control y visitas a las máquinas expendedoras de café de manera eficaz y estratégica. Esta acción es esencial para garantizar el rendimiento óptimo de las máquinas en el tiempo y para establecer un control riguroso de los intervalos de mantenimiento periódicos.

El formato propuesto pretende asegurar una verificación exhaustiva del estado de las máquinas en cada punto de venta. Además, se prevé la realización de una limpieza constante en cada recarga de productos, una revisión minuciosa después de cada 2000 erogaciones y un chequeo más completo cada 5000 erogaciones. Adicionalmente, se hace hincapié en la necesidad de una desinfección meticulosa de las áreas que entran en contacto con los alimentos, con especial atención en evitar la formación de incrustaciones.

Este formato se enfoca en los aspectos técnicos y establece una estrategia proactiva para el mantenimiento preventivo. Reconoce la importancia de sustituir a tiempo las partes que están propensas a desgaste, evitando daños y averías que podrían ser prevenidos. Además de garantizar la disponibilidad continua de las máquinas, esta práctica protege contra daños más significativos y costosos, contribuyendo así a maximizar la eficiencia general.

Para abordar esta necesidad, se presenta un formato diseñado para registrar y rastrear las actividades de mantenimiento de manera uniforme y coherente. Esta uniformidad no solo facilita la consolidación de datos para la evaluación de indicadores de cumplimiento, sino que también permite la identificación de áreas de mejora. Así, el formato se convierte en una herramienta poderosa para tomar decisiones informadas y ejecutar ajustes precisos que impacten directamente en la eficiencia y calidad del servicio. (Ver figura 18 y 19).

Figura 19

Formato de bitácora de mantenimiento para los equipos.

MANTENIMIENTO PREVENTIVO MÁQUINA EXPENDEDORA DE CAFÉ							
PIEZAS MANTENIMIENTO PREVENTIVO	TIEMPO PROMEDIO DE VIDA UTIL	USOS ANTERIORES	USOS ACTUALES	ESTADO			OBSERVACIONES
				BUENO	DESGASTADA	CAMBIO	
EMPAQUE LICUADORA 1	12000						
EMPAQUE LICUADORA 2	12000						
EMPAQUE LICUADORA 3	12000						
EMPAQUE LICUADORA 4	12000						
ROTOR DE LICUADORA 1	18000						
ROTOR DE LICUADORA 2	18000						
ROTOR DE LICUADORA 3	18000						
ROTOR DE LICUADORA 4	18000						
LICUADORA 1	30000						
LICUADORA 2	30000						
LICUADORA 3	30000						
LICUADORA 4	30000						
ELECTROVÁLVULA	10000						
SOLENOIDE DE CALDERA	30000						
BOLLA DE TANQUE DE RESERVA	30000						
RELEVADOR DE CALDERA 1	30000						
RELEVADOR DE CALDERA 2	30000						
RELEVADOR DE CALDERA 3	30000						
RELEVADOR DE CALDERA 4	30000						
RELEVADOR RETORNO DE AGUA	30000						
INFRAROJOS DE DETECCIÓN	90000						

OBSERVACIONES: _____

FIRMAS DE CONTROL

_____	_____
SUPERVISOR DE LOCAL	ENCARGADO DE MANTENIMIENTO

Nota. La matriz es una propuesta de implementación para un control y registro de mantenimiento de los equipos en la empresa.

En resumen, la implementación de este formato optimizará el proceso de mantenimiento preventivo y asegurará una mayor disponibilidad de las máquinas y una experiencia más satisfactoria para los clientes. Esta acción refuerza el compromiso con la calidad, la innovación y la excelencia en el servicio, consolidando la posición de la marca en el mercado.

Propuesta para una Estrategia de Marketing y Publicidad para Marley Coffee, Ecuador

En el contexto actual del mercado, es fundamental para Marley Coffee, Ecuador explorar estrategias de marketing y publicidad con el objetivo principal de destacar la excelencia y calidad de sus productos, siendo todos 100% orgánicos. Este enfoque no solo subraya su compromiso con la sostenibilidad, sino también su responsabilidad con la producción responsable.

Esta propuesta surge como un resultado de un análisis del mercado objetivo al que se dirige la empresa, tomando en consideración las necesidades cambiantes y preferencias, al tiempo que considera las tendencias y las herramientas más efectivas dentro del ámbito del marketing digital y de las posibilidades para el marketing tradicional.

Las alternativas presentadas en esta propuesta buscan impulsar la imagen de Marley Coffee, Ecuador como la mejor elección para los amantes del café de alta calidad, enfatizando que la marca no solo se preocupa por la sostenibilidad, sino que también aspira a brindar una experiencia satisfactoria a sus clientes. A continuación, se detallan algunas de estas estrategias que podrían ser implementadas para lograr un alcance más amplio y una conexión más significativa con los consumidores.

Marketing de Contenidos

Marley Coffee, Ecuador puede publicar contenido relevante para el posicionamiento de la marca basado en la sostenibilidad y la calidad, en el cual se destaque la producción responsable y sostenible de Marley Coffee, resaltando su compromiso con el medio ambiente y con las comunidades que producen el café y los ingredientes para los productos. La empresa enfatizará la calidad superior de los productos, desde la selección de granos hasta la experiencia final del cliente.

Marketing en Redes Sociales

Marley Coffee, Ecuador puede seleccionar las principales plataformas que se alineen con su público objetivo de 25 a 40 años, centrándose en la red social preferida. Generando contenido auténtico que destaque la calidad de sus productos, resaltando su carácter

orgánico y enfatizando en sus valores de responsabilidad social y sostenibilidad. Fomentando la interacción con los seguidores para consolidar la presencia de la marca en línea.

Programa de fidelización

Marley Coffee, Ecuador tiene la oportunidad de implementar un programa de lealtad que recompense a los clientes frecuentes y promueva el boca o boca positivo.

Otra oportunidad es ofrecer canjes de productos o descuentos especiales, o tal vez ofrecer regalos a aquellos que sean embajadores de la marca. Es una buena opción asegurar la visualización continua de la marca a través de productos promocionales como accesorios o prendas de vestir.

Marketing de Influencia

En esta estrategia Marley Coffee, Ecuador puede beneficiarse de la colaboración con influyentes en las redes sociales para promocionar sus productos y conectar con su audiencia objetivo. Los influencers y embajadores de marca pueden ejercer una influencia considerable en la percepción de la marca, expandiendo su alcance y credibilidad. Establecer relaciones a largo plazo con embajadores de marca también brinda la oportunidad de promocionar los productos de manera original.

Marketing de Eventos

Aprovechar la ocasión para que los clientes, a través de la planificación de eventos, logren sentir una fuerte conexión con la marca y experimenten momentos placenteros. Esta estrategia se presenta como ventajosa, ya que contribuye a forjar relaciones más profundas.

Realizar eventos que incluyen degustaciones y oportunidades educativas para los clientes, permitiendo que adquieran conocimientos sobre la empresa, sus procedimientos y la esencia del café. Participar en ferias y eventos vinculados con la alimentación saludable, así como involucrarse en proyectos sociales y eventos comunitarios, son formas efectivas de presentar la marca, su excelencia y los servicios disponibles, junto con su compromiso en materia de responsabilidad social empresarial.

Marketing Publicitario

Impulsar la comercialización del café y su gama de productos mediante plataformas en línea, que actualmente representan canales de gran relevancia. Aprovechando internet, es factible configurar y segmentar anuncios según los objetivos y el público específico de la empresa, basándose en sus intereses y comportamientos.

Esta vía es idónea para difundir contenido que eduque a los consumidores acerca de la producción del café, su calidad, servicio y ventajas de optar por productos orgánicos y de producción responsable. Constituye una oportunidad para compartir información sobre recetas de café y consejos para preparar bebidas.

A través de esta propuesta, se presenta a Marley Coffee, Ecuador opciones y estrategias que buscan potenciar el reconocimiento de la marca, sus productos y su servicio. Estas estrategias se diseñaron para aumentar las ventas en línea y la visibilidad en plataformas digitales clave como Facebook e Instagram y en su página web. Además, se busca intensificar la presencia de la marca a través de su participación en eventos, colaboración de influencers y campañas publicitarias.

En vista de esto, se ha elaborado un plan de medios para Marley Coffee, Ecuador, que contempla acciones para con base en los objetivos asegurar su presencia de forma más efectiva en canales digitales, que maximice la exposición de la marca y fortalezca su posición en el mercado.

Plan de Medios Semestral – Marley Coffee, Ecuador

El objetivo general es fortalecer el branding y el reconocimiento de la marca en las ciudades de Cuenca, Quito y Guayaquil, Ecuador, dirigido al público de 25 a 45 años interesado en la cultura del café y productos relacionados. Incrementar las impresiones en las plataformas de Facebook e Instagram, así como las ventas en la página web y e-commerce de la empresa. El período propuesto es para el último trimestre del año 2023 y el primer trimestre del año 2024.

Las estrategias que se proponen son campañas de reconocimiento de marca para esto es importante diseñar campañas creativas y visuales que resalten los valores de la

marca, su compromiso con la sostenibilidad y la calidad de sus productos, utilizando contenido original y emocional con base en la pasión por el café y la variedad de sus productos.

Es importante la segmentación detallada de la audiencia definiendo con detalle el objetivo en términos de edad, intereses y ubicación geográfica. Crear anuncios personalizados para cada segmento, resaltando aspectos más relevantes para cada grupo.

Para la promoción de productos en la página web y el e-commerce crear anuncios específicos que destaquen la variedad de productos disponibles en la página y ofrecer descuentos exclusivos y promocionales para incentivar la compra en línea.

Identificar influencers locales que compartan el interés por la cultura del café y sus productos relacionados para generar contenido auténtico y atractivo que muestre cómo los influencers disfrutan de los productos de Marley Coffee, Ecuador.

Plan de Acción

Septiembre – octubre. Lanzamiento de la campaña de reconocimiento en redes sociales, enfocada en resaltar la calidad, y sostenibilidad de los productos al ser 100% orgánicos.

Identificación y contacto con influencers locales para futuras colaboraciones.

Noviembre – diciembre. Crear anuncios específicos para la página web y e-commerce, promoviendo productos y ofertas. Iniciar con campañas segmentadas en Facebook e Instagram dirigidas al público objetivo en Cuenca, Quito y Guayaquil adaptando el contenido a las festividades por fin de año.

Enero – febrero. Continuar con las campañas de reconocimiento, con la colaboración de influencers promocionar los productos ideales para regalos por las fechas especiales como San Valentín y Carnaval.

Indicadores con base en los objetivos planteados

Aumentar el 40% en las impresiones y alcance de las publicaciones en redes sociales.

Incrementar el 20% en las ventas en línea a través de la página web y e-commerce.

Alcanzar un mínimo de 15 mil interacciones totales en las redes sociales durante el período de campaña.

Este plan de medios semestral tiene como objetivo aumentar la presencia de Marley Coffee, Ecuador en las ciudades clave, fortalecer el branding y aumentar las ventas en línea, aprovechando estrategias de segmentación de audiencia, colaboraciones con influencers y promociones especiales en la página web y e-commerce. La inversión promedio mensual de hasta US\$ 1.500 dólares se utilizarán de manera efectiva para lograr resultados tangibles y un mayor alcance en el público objetivo.

Asignación de Recursos para la Mejora del Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Exendedoras de Café en Marley Coffee, Ecuador

La matriz enfatiza la importancia de ajustar los recursos necesarios para cumplir con las actividades propuestas en la capacitación del equipo de talento humano y mejora en el servicio y atención a los clientes, además de las acciones a ejecutar para el fortalecimiento de los procesos, una vez identificado la brecha de personal capacitado, de procedimientos establecidos, herramientas y la ejecución correcta de las estrategias para la mejora de la eficiencia en el mantenimiento de las máquinas expendedoras de café y la satisfacción de los clientes. Estas acciones proponen incrementar la organización, promover el servicio de calidad, la optimización de recursos en mejora de la experiencia de los clientes y la promoción de la imagen y valor de la marca. (Ver tabla 12).

Tabla 12

Matriz para la asignación de recursos para la propuesta de mejora.

Acción Planificada	Acción Para Efectuar	Recursos Necesarios	Resultado Esperado
Personal Técnico Capacitado.	Contratación de personal técnico para el mantenimiento.	Se requiere de un proceso de selección y formación adecuada para tres técnicos que brinden soporte a Quito, Baños y Ambato; otro para	Mayor eficiencia y calidad en el proceso de mantenimiento.

Acción Planificada	Acción Para Efectuar	Recursos Necesarios	Resultado Esperado
		Guayaquil, Manta Portoviejo, Montañita; y finalmente Cuenca, Loja y Azogues.	
Programa de Capacitación.	Desarrollo y ejecución de un programa de capacitación para el personal.	Se requiere de sesiones teóricas y prácticas sobre el mantenimiento y el servicio al cliente.	Incremento en la satisfacción del cliente debido a un servicio más efectivo y rápido.
Abastecimiento de herramientas, repuestos y material.	Adquisición de herramientas y equipos necesarios para un mantenimiento eficiente.	Se requiere de herramientas de diagnóstico, limpieza, reparación. El stock aproximado para un año para solventar la necesidad implica un aproximado de USD \$ 10 mil dólares (que comprende repuestos para las máquinas, más herramientas varias)	Mayor disponibilidad de las máquinas y reducción de averías.
Implementación de la gestión de los procesos.	Determinar la gestión de los procesos para mantenimiento a través de programación de tareas, responsabilidades y seguimiento.	Se requiere de herramientas digitales, matrices, manuales y lineamientos para cumplir con los procedimientos.	Retención de clientes, mejora de la imagen de la marca y percepción positiva por calidad en servicio.
Inversión en marketing y publicidad.	Dar a conocer los productos, variedad de presentaciones, servicio de máquinas expendedoras.	Incremento de presupuesto, ajuste para actividades de marketing y publicidad mensual.	Mayor presencia, dar a conocer y fortalecer la imagen de la marca.

Plazos para la Implementación de Propuestas en Marley Coffee, Ecuador

El propósito de la siguiente matriz radica en definir un marco de tiempo determinado para llevar a cabo las acciones propuestas, considerando diversas alternativas que apuntan a mejorar la eficiencia y el progreso de la empresa. A través de esta matriz, se identifican las acciones factibles que asegurarán una implementación precisa y un seguimiento adecuado, culminando en la consecución de los objetivos establecidos. Mediante la asignación estratégica de recursos, se persigue elevar el nivel de éxito de las estrategias delineadas, fortaleciendo así su impacto en el desarrollo de la organización. (Ver tabla 13).

Tabla 13

Matriz de Plazos para la Implementación de Propuestas.

Plazo	Acciones	Evaluación y Seguimiento
Meses 1-3	Selección y contratación del personal técnico especializado. Inicio del proceso de formación. Desarrollo y diseño del programa de capacitación. Identificación y adquisición de las herramientas y equipos necesarios. Implementación del programa de capacitación para el personal técnico y desarrollo y aplicación de lineamientos.	Se realizarán evaluaciones periódicas del desempeño del personal técnico capacitado. Se medirá la eficiencia en la programación y realización de mantenimiento preventivo.
Meses 4-6	Implementación de la gestión de los procesos. Ajustes y pruebas. Lanzamiento interno del nuevo programa de mantenimiento y programación de actividades. Lanzamiento de campañas de publicidad y marketing para dar a conocer y fortalecer la empresa e imagen.	Se analizarán las métricas de satisfacción del cliente y retroalimentación. Se monitorearán las ventas y la retención de clientes en la página web y e-commerce.

Estas matrices de recursos y tiempo buscan garantizar una implementación efectiva y exitosa del programa integral de mantenimiento preventivo. El enfoque en la formación

técnica, la inversión en herramientas y equipos adecuados, así como la implementación de una de gestión de procesos, contribuirán a la optimización del mantenimiento y la mejora de la experiencia del cliente. Con esta estrategia, Marley Coffee, Ecuador estará en una posición favorable para mantener su competitividad en el mercado y fortalecer su posición en el mercado de la venta de café.

Discusión

Este trabajo se propuso analizar la importancia fundamental de la calidad en la gestión empresarial, en particular, cómo la ejecución precisa de los procesos de mantenimiento puede impactar directamente en la percepción de la excelencia del servicio y, por ende, en la satisfacción del cliente. Como se ha evidenciado en las investigaciones como la de Silva-Treviño et al. (2021), la calidad del servicio está positivamente relacionada con la satisfacción y lealtad del cliente. En igual forma, Correia Loureiro y Miranda González (2010) señalan que la calidad influye indirectamente en la fidelidad a través de la satisfacción y la confianza.

Estos enfoques investigativos se centran en evaluar cómo variables como calidad, satisfacción, imagen, confianza y responsabilidad impactan la percepción del cliente. Estos estudios destacan la importancia de una administración óptima de servicios y la aplicación adecuada de herramientas respaldadas por la gestión de procesos e información. Esto, a su vez, influye en la satisfacción, confianza y fidelidad del cliente.

Con relación a la capacitación del personal, Vera Martínez (2013) subraya que la empatía del personal tiene una gran influencia en la satisfacción y lealtad del cliente. Por su parte, el buen trato y la competencia de los asesores contribuyen positivamente a la experiencia del cliente y su aprecio por la empresa.

En conclusión, los resultados obtenidos en la investigación de Marley Coffee, Ecuador, refuerzan los hallazgos previos, resaltando la importancia de la gestión de procesos y estrategias que mejoran la percepción de calidad del servicio. Estas prácticas son esenciales para aumentar la eficiencia y productividad operativa de las organizaciones. Las propuestas de mejora presentadas en este estudio, con sus indicadores enfatizando la relevancia de una gestión eficaz de servicios, demuestran que una implementación adecuada puede impulsar la productividad empresarial, mejorando su imagen y posición en el mercado.

Conclusiones

Se desprenden conclusiones que enfatizan la importancia de una gestión eficaz en el mantenimiento de las máquinas expendedoras de café, y su influencia en la productividad, la posición en el mercado y la percepción global de la marca. La comunicación clara con los clientes reflejará profesionalismo sólido y auténtico compromiso, mejorando la apreciación de calidad, eficiencia, productividad y satisfacción en el servicio.

El análisis determina que, a pesar de contar con un equipo operativo, la empresa se encuentra en una etapa inicial de su participación en el mercado de venta de café. Siendo esencial, implementar mejoras a través de un programa integral que englobe personal capacitado y suficiente. El propósito es optimizar la experiencia del cliente al agilizar los tiempos de respuesta y garantizar resultados eficaces, acciones que repercutirán positivamente en la eficiencia operativa.

La aplicación de procedimientos de mantenimiento preventivo, incorporando instrucciones y supervisión interna, resulta en una administración más confiable y en una toma de decisiones más eficaz, la precisión y puntualidad del servicio son fundamentales para asegurar el funcionamiento de las máquinas expendedoras de café y su nivel productivo.

Se subraya la necesidad de implementar procedimientos basados en conocimiento, habilidades y herramientas necesarias para las tareas requeridas por Marley Coffee, Ecuador, para elevar la calidad de los servicios, con el fin de aumentar la satisfacción y la confianza del cliente, solidificando así la posición y la percepción de la marca en el mercado. Las mejoras se logran a través de la reducción de los tiempos de respuesta, la optimización de sistemas de control y registro, diagnósticos y seguimientos más precisos.

En resumen, a través de una gestión apropiada y un enfoque en la mejorad de la organización respaldado por métodos y prácticas eficaces, en conjunto con un funcionamiento eficiente de la empresa, Marley Coffee Ecuador, fomentará un entorno laboral

donde se promueve la eficiencia laboral en el trabajo, logrando un éxito en cuanto a calidad y, en última instancia, satisfacción del cliente.

Recomendaciones

A continuación, se presentan recomendaciones respaldadas por las conclusiones de la investigación, con el propósito de enriquecer la calidad de servicio y potenciar la satisfacción del cliente de Marley Coffee, Ecuador.

Implementación de un programa integral de mantenimiento preventivo, dado que es un startup en el mercado de venta de café, la percepción del servicio puede impactar la imagen de la marca. Se debe priorizar la capacitación del equipo para elevar la calidad de servicio, reducir tiempos de espera, perfeccionar procesos de diagnóstico y gestión de mantenimiento, mostrando profesionalismo en el trato con los clientes.

Ejecución de herramientas y procesos técnicos precisos con un plan estratégico que detalla actividades y frecuencias específicas en el mantenimiento de las máquinas para optimizar la supervisión, control y garantizar acciones ajustadas a las necesidades del equipo.

Capacitación efectiva y procesos controlados con una efectiva comunicación, procesos gestionados y controlados, reducción de tiempos de espera y eficacia en diagnósticos son esenciales para fomentar lealtad, satisfacción, confianza y reputación positiva.

Fortalecimiento de la cultura organizacional al establecer objetivos claros y medibles, evaluación periódica y estrategias que formalicen las acciones en la entrega de servicio, junto con la promoción de la colaboración y comunicación en el equipo, impulsará una cultura de mejora constante en línea con las cambiantes necesidades de los clientes.

La implementación de estas recomendaciones representa oportunidades cruciales para elevar la calidad, productividad y eficiencia de Marley Coffee, Ecuador, resultando en una posición competitiva sólida en el mercado de venta de café.

Referencias

- Abdul Halim Lim, S., Antony, J., He, Z., & Arshed, N. (2017). Critical observations on the statistical process control implementation in the UK food industry: A survey. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 34(5), 684–700. <https://doi.org/10.1108/ijqrm-03-2015-0035>
- Alfonso (2015, septiembre 21). *5 fuerzas de Porter*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>
- Dos Santos, AM (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educación superior*, 45(178), 79–95. <https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.005>
- Anderson, EW, Fornell, C., & Mazvancheryl, SK (2004). Customer Satisfaction and Shareholder Value. *Journal of marketing*, 68(4), 172–185. <http://www.jstor.org/stable/30162024>
- Valladares, AM (2022). Regímenes tributarios en Latinoamérica y su relación con el RISE, RIM y RIMPE de Ecuador. *Revista Enfoques*, 6(24), 363–380. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i24.148>
- Bolumole, YA, Knemeyer, AM, & Lambert, DM (2003). The customer service management process. *The International Journal of logistics management*, 14(2), 15–31.
- Bon, AT, & Mustafa, EM (2013). Impact of total quality management on innovation in service organizations: Literature review and new conceptual framework. *Procedia Engineering*, 53, 516–529.
- Buj, SG, & Cuadrado, MR (2021). *Fundamentos de gestión de empresas*. Editorial Centro de Estudios Ramon Areces.

Camino, JR, & de Garcillán, M. (2007). *Dirección de marketing*. ESIC Editorial.

Casero, A. (2023). *Gestión Empresarial IB: Nueva Guía 2024 - Nivel Medio y Superior*.

Gema Sanz.

conCAFÉ. (2019, junio 18). *Todo sobre las máquinas expendedoras de café*. conCAFÉ.

<https://concafe.es/maquinas-expendedoras-de-cafe/>

Correia Loureiro, S. M., & Miranda González, F. J. (2010). Calidad Y Satisfacción En El Servicio De Urgencias Hospitalarias: Análisis De Un Hospital De La Zona Centro De Portugal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 16(2), 27–41. [https://doi.org/10.1016/s1135-2523\(12\)60110-5](https://doi.org/10.1016/s1135-2523(12)60110-5)

Cuofano, G. (2023, mayo 20). *¿Cuáles son las 7 P del marketing? Las 7 P del marketing en pocas palabras*. FourWeekMBA; What is The FourWeekMBA.

<https://fourweekmba.com/es/7-ps-de-marketing/>

Dale, BG, van der Wiele, T., & Van Iwaarden, J. (2013). *Managing Quality*. Wiley-Blackwell.

De Chernatony, L., & McDonald, M. (2012). *Creating Powerful Brands* (3a ed.). Routledge.

de León, FCG (1998). *Tecnología del mantenimiento industrial*. Editum.

de Oca, D. M. (2017, noviembre 27). *¿Qué es un influencer? Significado y uso en tu estrategia de marketing*. Inboundcycle.com; InboundCycle.

<https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/que-es-un-influencer>

Del Águila, Sh., & Mariset, M. (2019). *Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

- Emd, E. (2022). *Mantenimiento Mecatrónico: TPM, 5S, procedimiento, control, calidad, ejercicios*. Independently Published.
- Giménez Espín, JA, Jiménez Jiménez, D., & Martínez Costa, M. (2014). La gestión de calidad: importancia de la cultura organizativa para el desarrollo de variables intangibles. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 23(3), 115–126. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2014.02.002>
- Gómez, MC (2023, junio 28). *Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Hanlon, A. (2023, abril 14). *How to use the 7Ps marketing mix*. Smart Insights. <https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/>
- Harf, M. (2014, junio 9). *Handy Guide to explain the various types of Coffee Vending Machines - Coffee Vending Machines*. Aquaspresso. <https://www.aquaspresso.co.za/handy-guide-explain-various-types-coffee-vending-machines/>
- Herrera, JEP (2022). *Investigación de mercados - 3ra Edición*. Ecoe Ediciones.
- Hirtz, J., Stone, RB, McAdams, DA, Szykman, S., & Wood, KL (2002). A functional basis for engineering design: Reconciling and evolving previous efforts. *Research in Engineering Design*, 13(2), 65–82. <https://doi.org/10.1007/s00163-001-0008-3>
- Homburg, C., Kuester, S., & Krohmer, H. (2019). *Marketing Management: A Contemporary Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Huertas, DS (2020). *ANÁLISIS FODA O DAFO | David Sánchez Huerta - Bubok*. Editorial Bubok.

- Huilcapi, SI, & Gallegos, DN (2020). *Importancia del diagnóstico situacional de la empresa*.
Revistaespacios.com.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>
- International Organization for Standardization. (2015). En *Encyclopedia of Astrobiology* (pp. 1222–1222). Springer Berlin Heidelberg.
- Jami, JL (2019). *Modelo de Medición y Gestión de la Satisfacción del Cliente Interno y la Calidad del Servicio Financiero en Banecuador Sucursal Latacunga*. Ambato: Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Juran, J., & Blanton Godfrey, A. (1992). *Juran's Quality Handbook*. McGraw-Hill.
- Kim, K., Park, DH, Bang, H., Hong, G., & Jin, SI (2014). Smart coffee vending machine using sensor and actuator networks. *2014 IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE)*.
- Kotler, PT, & Keller, KL (2009). *Dirección de Marketing*. Pearson.
- Laoyan, S. (2022, octubre 8). *Método Kaizen: la guía para la mejora continua en las empresas*. Asana. <https://asana.com/es/resources/continuous-improvement>
- Las 5 fuerzas de porter ¿Qué son y para qué sirven?* (2021, septiembre 6). Simla.com; Simla.com. <https://www.simla.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter>
- Lozano Cortijo, L. (1998). ¿Qué es calidad total? *Revista medica herediana : organo oficial de la Facultad de Medicina "Alberto Hurtado", Universidad Peruana Cayetano Heredia, Lima, Peru*, 9(1), 28–34.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X1998000100006

- Mateo, JP (2020, febrero 14).  *Satisfacción del cliente. ¿Qué es y cómo medirla?*
[Infografía]. El viaje del cliente. <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Michaux, S., & Cadiat, AC (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. 50Minutos.es.
- Moran, M. (2015, enero 14). *Consumo y producción sostenibles*. Desarrollo Sostenible.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Moubray, J. (2001). *Reliability-centered Maintenance*. Industrial Press Inc.
- Musina, R. (2022, enero 14). *Coffee vending machine monitoring* –. B2Field.
<https://b2field.com/blog/control-de-las-maquinas-de-cafe/>
- Ocampo Ulloa, WL, Huilcapi Masacon, NH, & Cifuentes Rodríguez, AF (2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. *Análisis del comportamiento de las líneas de crédito a través de la corporación financiera nacional y su aporte al desarrollo de las PYMES en Guayaquil 2011-2015*, 3(4), 114–137.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(4\).diciembre.2019.114-137](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(4).diciembre.2019.114-137)
- Ortega, C. (2020, abril 28). *Análisis de mercado: Qué es, para qué y cómo realizarlo*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-mercado/>
- Paitán, HÑ, Mejía, EM, Ramírez, EN, & Paucar, AV (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
- Pedros, DM, & Gutiérrez, AM (2012). *La elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral*. Ediciones Díaz de Santos.

- Pérez, A. (2021, abril 26). Tipos de estructuras organizativas. Cuál es la mejor para tu empresa. *OBS Business School*. <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-estructuras-organizativas-cual-es-la-mejor-para-tu-empresa>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008, julio 22). *Eficiencia*. Definición.de; Definicion.de. <https://definicion.de/eficiencia/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009, febrero 26). *Eficacia*. Definición.de; Definicion.de. <https://definicion.de/eficacia/>
- Pursell, S. (2023, febrero 13). *Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se hace y ejemplos*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Ramos, J. (2017). *E-Commerce 2.0*. XinXii.
- Rodrigues, N. (2023, junio 21). *Cómo elaborar un plan de mejora en 7 pasos*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/plan-de-mejora>
- Salazar, HZ (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. U. Cooperativa.
- Sampieri, RH (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta*. McGrawhill.
- Sas, A. (2016, mayo 13). *Procedimiento de Mantenimiento. Implementando SGI*. <https://www.implementandosgi.com/deio/procedimiento-de-mantenimiento/>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 85–101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

- Steffens, G., & Cadiat, AC (2016). *Los criterios SMART: El método para fijar objetivos con éxito*. 50Minutos.es
- Suscriptor. (2015, marzo 30). *¿Qué son los indicadores de calidad?* Software ISO; ISOTools. <https://www.isotools.us/2015/03/30/que-son-los-indicadores-de-calidad/>
- Troncoso Pantoja, C., & Amaya Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina, Universidad Nacional de Colombia*, 65(2), 329–332.
<https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Ugalde Binda, N., & Balbastre Benavent, F. (2022). Investigación Cuantitativa e Investigación Cualitativa: Buscando las Ventajas de las Diferentes Metodologías de Investigación. *Ciencias económicas (San Jose, Costa Rica)*, 31(2), 179–187.
<https://doi.org/10.15517/rce.v31i2.12730>
- Velázquez, M., & Berenguer Contrí, B. (2011). El efecto de la satisfacción del cliente en la lealtad: aplicación en establecimientos minoristas. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 101–124.
- Velmurugan, RS, & Dhingra, T. (2021). *Asset Maintenance Management in Industry: A Comprehensive Guide to Strategies, Practices and Benchmarking*. Springer.
- Vera Martínez, J. (2013). Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca. *Contaduría y administración*, 58(3), 39–63. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(13\)71221-x](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(13)71221-x)
- Zavala Choez, FN, & Vélez Moreira, EM (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 264–281.
<https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284>

Glosario de Términos

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Son un marco analítico propuesto por Michael Porter para evaluar la competitividad de una industria y entender la dinámica competitiva en la que una empresa opera, considerando la rivalidad entre competidores, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos, el poder de negociación de los clientes y el poder de negociación de los proveedores (Las 5 fuerzas de Porter ¿Qué son y para qué sirven?, 2021).

Análisis de Mercado

Es un proceso que consiste en recopilar, analizar y evaluar información relevante sobre un mercado específico para comprender el entorno, identificar oportunidades y amenazas, así como conocer a clientes, competidores y las tendencias de la industria (Ortega, 2020).

Análisis FODA

Es un análisis estratégico utilizado para evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan a la empresa y su entorno (Pursell,2023).

Calidad

Feigenbaum, define la calidad así: "Un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de mejora de la gestión de los distintos grupos de la organización para proporcionar productos y servicios en niveles que permiten la satisfacción del cliente" (Lozano Cortijo, 1998).

Diagnóstico Situacional

Es un proceso que tiene como objetivo caracterizar y comprender una situación determinada en una organización, es una visión integral de la situación actual, lo que permite identificar y evaluar aspectos internos y externos de la empresa con el fin de establecer fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (Huilcapi & Gallegos, 2020).

E-commerce

Entendemos el comercio electrónico como las transacciones comerciales efectuadas por vía electrónica, utilizando la tecnología de intercambio de datos, protocolos seguros y servicios de pago electrónico (Ramos, 2017).

Eficacia

Capacidad de alcanzar los objetivos o resultados deseados de manera satisfactoria, se relaciona con la medida en que se cumplen los objetivos establecidos y se logran los resultados esperados (Pérez Porto & Merino, 2009).

Eficiencia

Capacidad de disponer o utilizar de manera óptima los recursos disponibles para lograr un efecto determinado o alcanzar los resultados deseados. Se refiere a la habilidad de hacer las cosas de manera efectiva y con el menor uso posible de recursos (Pérez Porto & Gardey, 2008).

Encuestas

Es una técnica de investigación que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas con el objetivo de recopilar información y opiniones sobre un tema específico (Gómez, 2023).

Gestión de Calidad

Flynn, Schroeder y Sakakibara (citados por Giménez Espín et al., 2014) definen a la gestión de calidad como “un esfuerzo integrado para alcanzar y mantener productos de gran calidad. Basado en el mantenimiento de la mejora continua de procesos y prevención de errores a todos los niveles y en todas las funciones de la organización. Con el objetivo de alcanzar e incluso exceder las expectativas de los consumidores” (p. 116).

Herramientas y Técnicas de Gestión de Calidad

Dale et al. (2007) indica que estas herramientas son recursos prácticos que ayudan a identificar problemas, tomar decisiones informadas y realizar mejoras continuas en la calidad. Algunas herramientas comunes incluyen el diagrama de Pareto, el diagrama de causa y efecto, las hojas de verificación y el control estadístico de procesos. La aplicación adecuada de estas herramientas contribuye a optimizar la calidad, reducir defectos y aumentar la eficiencia de los procesos.

Indicadores de Calidad

Son herramientas de medición que se utilizan para evaluar y monitorear el desempeño de productos, servicios, procesos o personas en relación con los estándares de calidad establecidos. Son cuantificables y tangibles que permiten medir y controlar diferentes aspectos de la calidad en una organización (Suscriptor, 2015).

Influencer

Es una persona que ha conseguido construir una reputación gracias a su experticia en un tópico específico, publicando contenidos donde comparte su estilo de vida y creando un personaje de gran éxito en el mundo digital, el cual es seguido por un gran número de suscriptores (de Oca, 2017).

Los 7 Elementos del Marketing

Son un modelo ampliamente utilizado que representa los componentes clave de la mezcla del marketing (producto, precio, promoción, plaza, personas, proceso y evidencia física) Son considerados los elementos fundamentales que una empresa debe tener en cuenta al desarrollar su estrategia de marketing (Hanlon, 2023).

Máquinas Exendedoras de Café

Las máquinas expendedoras de café son dispositivos automáticos diseñados para preparar y dispensar café instantáneo o espresso de forma rápida y conveniente. Suelen estar ubicadas en lugares de alto tráfico (conCAFÉ, 2019).

Mejora Continua

Es una metodología que busca optimizar los procesos, productos y servicios de una organización de manera constante y progresiva. Se basa en la idea de que siempre hay un margen para mejorar y cada cambio contribuye a alcanzar resultados más eficientes y de mayor calidad (Laoyan, 2022).

Normas y Estándares

De acuerdo con Koppell (2019), estos documentos técnicos establecen requisitos específicos y mejores prácticas en áreas clave de la gestión de calidad, como la planificación, el control y la mejora continua. Son desarrollados por organismos internacionales y nacionales, y su cumplimiento ayuda a las organizaciones a demostrar compromiso con la calidad y asegurar la consistencia y fiabilidad en sus productos y servicios.

Proceso de Mantenimiento

El proceso de mantenimiento es un conjunto de actividades y procedimientos que se llevan a cabo con el objetivo de mantener en óptimas condiciones los equipos, maquinarias o instalaciones de una organización. El mantenimiento puede incluir tareas preventivas, correctivas y predictivas, que van desde inspecciones regulares y limpieza hasta reparaciones y reemplazo de componentes (Sas, 2016).

Propuesta de Mejora

Es un conjunto de medidas y acciones planificadas que se llevan a cabo en una organización, con el objetivo de optimizar su rendimiento y alcanzar mejores resultados, el plan se diseña de manera estructurada y sistemática (Rodrigues, 2023).

Satisfacción del Cliente

Se refiere al nivel de cumplimiento de las expectativas, necesidades y deseos de un cliente en relación con un producto o servicio que ha adquirido. Es un indicador importante para evaluar la calidad y el rendimiento de una empresa o marca (Mateo, 2020).

Anexos

Anexos

Anexo 1

Plan de investigación del proyecto de titulación para la obtención del título de Magister en Dirección de Empresas, mención gestión de empresas de servicios.

Nombre del proyecto de investigación: La Gestión de la Calidad en el Proceso de Mantenimiento de las Máquinas Expendedoras y su Incidencia en la Satisfacción del Cliente.

Justificación

El café es un mercado en constante crecimiento y altamente competitivo, la calidad del café y la satisfacción del cliente se han vuelto aspectos cruciales para establecer una ventaja competitiva y fidelizar a los consumidores. Con la creciente demanda de café orgánico, Marley Coffe, una empresa dedicada a la venta de café 100% orgánico y a la administración de máquinas expendedoras de café, se esforzó en gestionar la calidad para garantizar que los insumos sean de alta calidad y que los procesos de mantenimiento y administración sean eficaces.

La satisfacción del cliente es un indicador clave del desempeño de una empresa, una gestión efectiva de calidad influye directamente en la satisfacción del cliente, ya que garantiza la disponibilidad constante de productos de calidad. la operatividad óptima de las máquinas expendedoras y una atención al cliente eficiente. Al abordar los problemas relacionados con la operatividad y una atención eficiente en Marley Coffee, este proyecto tiene como objetivo mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la posición de la empresa en el mercado.

La gestión de calidad se ha vuelto esencial en las empresas de servicio. Para lograrla es necesario superar retos, tanto externos como internos y satisfacer las demandas de los clientes. La implementación de un sistema de gestión de calidad en el proceso de mantenimiento de las

máquinas expendedoras de café permitirá establecer una filosofía de servicio orientada a superar las expectativas de los clientes y a mantener a la organización en el mercado empresarial.

Descripción del Proyecto

El presente proyecto describe la problemática existente en la empresa Marley Coffee, Ecuador, que está relacionado con su sistema de proceso de mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas expendedoras de café tipo vending. Dado que se trata de un emprendimiento, Marley Coffee, Ecuador enfrenta dificultades debido a la carencia de una estructura empresarial consolidada, la escasez de personal capacitado para los procesos de mantenimiento según las necesidades diarias da como resultado un control insuficiente de las actividades operativas, la infraestructura de la organización presenta necesidades que no están atendidas, lo que compromete la eficacia del servicio de mantenimiento.

El actual procedimiento que la empresa aplica para el mantenimiento ha ocasionado dificultades en el funcionamiento de las máquinas expendedoras, así como un desafío en la detección de los problemas, debido a la carencia de una guía y a la diversidad de fallos. Esto ha llevado a un tiempo promedio de cuatro días para identificar y resolver los inconvenientes.

El presente estudio ayudará al propietario y colaboradores de Marley Coffee, Ecuador a establecer políticas y asignar recursos para mejorar y fortalecer las directrices de calidad de los servicios de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café. El objetivo final es lograr niveles más altos de satisfacción entre los clientes y optimizar la eficiencia de los procesos de mantenimiento, en la gestión de estos, en la comunicación y respuesta adecuada.

Anexo 2

Organización Metodológica

Matriz para el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Metodología	Técnicas	Instrumentos
--------------------	-----------------	---------------------

Nota. Esta matriz es un modelo para determinar la metodología de investigación para el proyecto.

Fuentes de información.

Tabla 14

Análisis de investigaciones y proyectos de titulación relacionados con la investigación.

Nombre de la investigación	Autores	Resumen
Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huánuco. 2018	Del Águila Shupingahua, Mariela Mariset	Según Del Águila (2019), con respecto al objetivo principal de la investigación es analizar la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente; en el estudio se utiliza dos dimensiones: la selección de personal que busca personal adecuado para cada cargo laboral, y la capacitación del personal, esta garantiza que cada persona esté actualizada con los cambios de tecnología. La información recopilada a través de encuestas utiliza dos tipos de cuestionarios, y los datos se analizaron mediante estadística descriptiva, el estudio concluyó que existe relación moderada entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, con un porcentaje del 75%; el estudio proporciona recomendaciones para mejorar la satisfacción del cliente.
Modelo de Medición y Gestión de la Satisfacción del Cliente Interno y la Calidad del Servicio Financiero en Banecuador Sucursal Latacunga.	Jami, José Luis	De acuerdo con Jami (2019) el objetivo es analizar artículos científicos que tratan sobre la gestión de calidad y su relación con el servicio al cliente, destacando los efectos positivos que pueden tener en las empresas al implementar estas variables como factores de competitividad. La gestión de calidad se considera una filosofía de trabajo, no solo una estructura organizativa, sino una forma de trabajar que está arraigada en cada persona que brinda servicio a un cliente, ya sea interno o externo. El éxito de una empresa depende esencialmente de la demanda de sus clientes y cómo influye positivamente en la gestión de calidad, especialmente en empresas de servicios. La metodología se basa en un enfoque cualitativo, a través de la exploración documental y bibliográfica, los resultados muestran cómo la gestión de calidad puede ser conceptualizada como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad.

El trabajo concluye que la gestión de calidad se ha convertido en una herramienta indispensable en las empresas de servicios, para lograr este objetivo las empresas deben satisfacer las demandas de las personas; la gestión de calidad cumple un papel clave en el mantenimiento de la organización en el mercado, creando una filosofía de servicio para superar las expectativas de los clientes.

La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador	Flor Nereysi Zavala-Choez Estefanía Monserrate Vélez-Moreira	Según Zavala-Choez y Vélez-Moreira (2020), el objetivo es analizar artículos científicos sobre la gestión de calidad y su relación con el servicio al cliente, destacando los efectos positivos de las empresas al implementar estas variables como factores de competitividad. La gestión de calidad se considera una filosofía de trabajo, no solo una estructura organizativa, sino una forma de trabajar que está arraigada en cada persona que brinda servicio a un cliente, ya sea interno o externo. El éxito de una empresa depende esencialmente de la demanda de sus clientes y cómo influye positivamente en la gestión de calidad, especialmente en empresas de servicios. La metodología se basa en un enfoque cualitativo, a través de la exploración documental y bibliográfica, los resultados muestran cómo la gestión de calidad puede ser conceptualizada como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad. El trabajo concluye que la gestión de calidad se ha convertido en una herramienta indispensable en las empresas de servicios, para lograr este objetivo las empresas deben satisfacer las demandas de las personas; la gestión de calidad cumple un papel clave en el mantenimiento de la organización en el mercado, creando una filosofía de servicio para superar las expectativas de los clientes.
---	--	---

Anexo 3

Encuesta aplicada a los clientes de la empresa.

Estimado cliente, gracias por elegir nuestro servicio. Nos gustaría su cooperación para participar en una encuesta que nos ayudará a brindar un mejor servicio. La información recopilada se utilizará con fines educativos y de investigación, además ayudará a identificar procesos de mejora en nuestros servicios. Le agradecemos de antemano su cooperación y el tiempo dedicado a esta encuesta.

¿Consideras que la limpieza de la máquina expendedora de café es una tarea fácil de realizar?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Existe un control periódico de la máquina expendedora de café por parte del equipo de mantenimiento?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Qué tan importante es para usted la calidad en el servicio de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Usted está de acuerdo en que Marley Coffee, Ecuador podría mejorar sus servicios en el proceso de mantenimiento de las máquinas expendedoras de café?

1. Muy desacuerdo

2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Encuentras que la recarga de producto en la máquina expendedora de café es una actividad simple de llevar a cabo?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Sientes que la comunicación con el equipo de mantenimiento de la máquina expendedora de café es rápida y efectiva?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Has notado que se realiza un mantenimiento preventivo regular a la máquina expendedora de café?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

¿Consideras necesario contar con un mayor control y apoyar por parte de la compañía en general para mejorar el funcionamiento de la máquina expendedora de café?

1. Muy desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Es Indiferente

4. De acuerdo

5. Muy de acuerdo