



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E

INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

JUNIO - OCTUBRE 2021

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO A LOS USUARIOS DE LA PAPELERÍA Y
LIBRERÍA AMAZONAS DEL CANTÓN VENTANAS**

EGRESADA:

JENNIFER ROSANNA MORALES MONTERO

TUTOR:

ING. MARIELLA GINELA PARRALES HIGUERA, MAE.

AÑO 2021

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de caso está basado en la calidad de servicio a los usuarios de la Papelería y Librería Amazonas del Cantón Ventanas, establecido específicamente en las avenidas Velazco Ibarra y 10 de Noviembre, cuyo propietario es el Eco. César David Ledesma Núñez. Este local se dedica a la comercialización de diversos artículos escolares y universitarios, útiles para oficina, entre otros elementos más, una distinguida gama de productos de diversas marcas procedentes del Territorio Nacional como del exterior, siendo su principal objetivo satisfacer las necesidades de la demanda ofreciendo variedad y calidad de aquellos productos.

La finalidad con la que se ejecutó el presente trabajo fue analizar el grado de la calidad del servicio de la Papelería y Librería Amazonas del Cantón Ventanas, y para ello se ha considerado diversas situaciones que repercute a la inconformidad de los usuarios, las cuales que se ven denotadas frecuentemente. Este estudio de caso está enmarcado bajo la línea de investigación Sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, y bajo la sublínea de Desarrollo local y emprendimiento sostenible y sustentable, porque trata de un negocio en que su rentabilidad recae específicamente en el comercio de determinados bienes e implica la identificación y análisis de nocividades de este establecimiento.

Además, se aplicó la metodología descriptiva tomando como técnicas de estudios una encuesta que ha sido aplicada a usuarios del establecimiento y entrevista aplicada al propietario del mismo, estos instrumentos de evaluación han permitido adquirir y analizar información de hechos relevantes e indujo a cuyos resultados de los cuales se ha determinado que no existe un adecuado servicio a los clientes, no cumplen con sus expectativas y esto se debe a las diversas inestabilidades existentes que imposibilita generar cuyos resultados anhelados.

DESARROLLO

En el Cantón Ventanas se encuentra establecida una Papelería y Librería Amazonas, la cual se dedica a la venta de diferentes productos escolares y universitarios, inclusive útiles de oficina y una de sus funcionalidades radica en servir con calidad y calidez a la demanda en general e impulsando una mejor calidad de vida y cultura educativa mediante la facilitación y eficiencia de los productos que provee. Este caso de estudio está basado en la matriz del establecimiento enfocado al análisis de ciertas inconsistencias, el mismo se encuentra ubicado específicamente en las calles Velasco Ibarra y 10 de Noviembre, fue creada en el año 2010 y años más tarde se instituyeron dos sucursales; una de ellas se encuentra establecida en la calle Sucre entre las avenidas 10 de Agosto y Velasco Ibarra, y la otra en las calles Velasco Ibarra y Sucre.

Actualmente, el establecimiento cuenta con la colaboración de tres personas distribuidos en la matriz y en las sucursales que anteriormente fueron mencionadas, esta librería lleva funcionando once años y en sus inicios ha tenido gran acogida por parte de la demanda, debido a la gama de artículos y al servicio con el que se desenvolvía, pero de a poco fue decayendo y el servicio no está acorde a los nuevos gustos y preferencias de los clientes. Pese a la situación sanitaria que se está atravesando actualmente, muchos emprendedores y microempresarios han buscado la forma de innovar y de subsistir debido a que han surgido nuevos hábitos de compra en las personas ante las nuevas tendencias que con el tiempo se han ido adaptando.

Por otra parte, es importante acotar que el servicio es uno de los factores más importantes que induce al cliente en la adquisición de uno o varios productos, pero en este local comercial el servicio con el que se manejan no satisface netamente a la demanda y esto hace que su competitividad y participación en el mercado vaya descendiendo como efecto a la presencia de

situaciones desventajosas las cuales no permite alcanzar la meta con la que ha sido instituida, precisamente para brindar eficientemente varios útiles pedagógicos e instructivos como; libros, esferográficos, papelería, y todo artículo concerniente al ámbito educativo que garantice la satisfacción total de los clientes, pero lamentablemente aquellas anomalías suele ahuyentar a la clientela resultando perjudicial para el negocio.

Es preciso mencionar, que una empresa se determina por la capacidad de medir y satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores, laborando fijamente en la búsqueda de la excelencia y atribuyéndose una gestión de calidad de servicios puesto que, “se ha posicionado en las últimas décadas como un elemento preponderante que reporta múltiples beneficios para mantener a las empresas de manera exitosa en el competitivo mundo de los negocios” (Zavala Choez & Vélez Moreira, 2020, p. 270).

Dentro de los inconvenientes está la ausencia de un rótulo ornamentado que capte la atención del público e incida favorablemente en la decisión de compra del cliente. Esta problemática influye desfavorablemente en la imagen corporativa del establecimiento que como bien se sabe es fundamental para la longevidad de las organizaciones.

Por ello, es necesario recalcar lo siguiente:

El rótulo comercial ofrece una información pública y fija, al paso por las calles de la ciudad, es una oferta que el comerciante o especialista en una actividad hace a los potenciales consumidores o clientes para adquirir sus productos o requerir sus servicios. (Ayuso Collantes, 2019, p. 162)

En relación a la problemática expuesta, el rótulo de todo establecimiento es elemental puesto que constituye la distinción ante los competidores y aún más aquellos que se dedican a la

misma actividad comercial e influye grandemente en la obtención de los resultados que se pretenda alcanzar de tal forma contribuya benéficamente a la imagen corporativa y por ende a la aceptación de la demanda al reflejar un letrero ornamentado y por supuesto, también se ejerza demás factores pertinentes debidamente.

Ahora bien, generalmente el usuario acude a un establecimiento con la esperanza de ser atendido lo más antes posible, la Papelería y Librería “Amazonas” del Cantón Ventanas no dispone de suficientes trabajadores y como se había expresado anteriormente este local cuenta con tres operadores dispensados en cuyas sucursales y matriz, este hecho oscila una espera de varios minutos en atender a cada usuario, muchas personas suelen estar con inimaginables pendientes a solventar y en su mayoría denotan disgusto de este hecho, inclusive han demandado abastecimiento de personal para que sean atendidos con la prontitud deseada siempre que requieran de dichos productos.

Esta situación resulta una desventaja para el local, puesto que en otros establecimientos similares tienen a su disposición varios trabajadores de tal forma tiende a contrarrestar determinada incomodidad y realizan con brevedad su trabajo. Los colaboradores son elementales porque “en la organización quien logra la gestión y el cumplimiento tanto de las metas como de los objetivos establecidos es el recurso humano y que ellos son el factor estratégico de la compañía” (Ortíz et al., 2012, como se citó en Montoya Agudelo & Boyero Saavedra, 2016, p. 3).

Dicho aquello la disposición de suficientes colaboradores es elemental en una empresa u organización de lo contrario repercute a cargas de trabajo, disponer de suficiente talento humano tiende a generar gusto en los usuarios por el servicio que hayan recibido y continuar reteniéndolos cumpliendo con sus expectativas, en otras palabras, el operador es vital para toda organización

independientemente de poseer los recursos financieros, tecnológicos y materiales, porque depende de aquellas personas el éxito de la organización.

Otra de las situaciones identificadas, radica en la poca habilidad o pericia del personal de la Papelería y Librería “Amazonas” del Cantón Ventanas que a menudo es muy notorio, ante este hecho los usuarios se ven obligados a esperar siempre que necesiten de determinados productos. Muchas personas que asisten a este establecimiento, presentan cierta ansiedad porque el trabajador no labora con la pericia que ellos desean o al menos con la que debería ser con la finalidad de poder evitar o contrarrestar determinado lapso, pero lamentablemente cuando los usuarios experimentan este hecho terminan acudiendo a otro establecimiento similar.

Claro está, que “el cliente que acude a una organización no dispone de todo el tiempo del mundo, por ello es necesario atenderlo y solucionarle su problema a la brevedad, en el mínimo tiempo posible” (Arellano Díaz, 2017, p. 77).

A partir de lo señalado, la aplicación de formas inmediatas permite aminorar el tiempo de espera bajo un entorno agradable con dinamismo y respuestas inmediatas priorizando las expectativas de los clientes, solventando sus necesidades con calidad, antes, durante y después del servicio; esta habilidad presente en este tipo de locales muchas veces tiende a superar las expectativas del cliente y genera aquella lealtad hacia el local.

Si bien es cierto, la ausencia del personal se ha visto presente varias veces, debido a que el trabajador no suele encontrarse en su puesto de trabajo o a la visibilidad de los clientes derivando en ellos el traslado a otro local, los usuarios muy aparte de sobrellevar aquel tiempo de atención, también se muestran dúctiles con este defecto más como lo es el ausentismo laboral y poco compromiso del colaborador que tiende a la creación de un ambiente implacable. En este sentido

los autores Tatamuez Tarapues, Domínguez, & Matabanchoy Tulcán (2018) plantean que el ausentismo laboral se debe a diversas razones:

La primera de ellas, la inasistencia al lugar de trabajo sin previo aviso, la segunda está relacionada con causas que generan ausentismo en la que se resalta las condiciones médicas, familiares, sociales y culturales y la última hace alusión al tiempo de inasistencia al lugar de trabajo, que puede comprender horas, días o meses, aunque las consecuencias varíen dependiendo de su duración, se debe considerar como ausentismo. (p. 103)

Dicho esto, la ausencia del personal presenta fundamentos y excusas, pero no deja de ser un factor relevante que encamina a la pérdida de clientes y muchas veces al declive de la organización, aquellos injustificados ausentismos de los trabajadores que se ven muy a menudo causa tedio en los clientes, origina insatisfacción, desesperación y cansancio; Además, esa desagradable experiencia evita el retorno del cliente y puede ser difundida de tal manera que incide en la decisión de compra de otros clientes.

Del mismo modo, han surgido varios casos en que dichos colaboradores no prestan atención a la desagradable experiencia que ocasiona en varios usuarios e ignora la emergencia que puedan tener, como también únicamente suelen enfocarse en la venta del producto y no en la imagen que transmite al público la cual puede derivar un impacto positivo o negativo y tienda a perjudicar el establecimiento.

Otros autores afirman lo siguiente:

La calidad en el servicio, es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable,

aún bajo situaciones imprevistas o ante errores. (Pizzo, 2013, como se citó en Orlandini G. & Ramos Guzmán 2017, p. 146)

Considerando lo señalado en el párrafo anterior, queda entendido que todo comercial obtiene satisfactorios resultados al demostrar lo importante que son sus usuarios, mejorando continuamente sus actividades en función del cumplimiento de las expectativas de ellos y brindándoles un ambiente amigable en el que puedan percibir y sentirse bien atendidos, ya que esta no solamente se fundamenta en la adquisición de determinados bienes o servicio, sino también en brindar aquella accesibilidad sin ninguna limitación o disgusto.

Dentro de este marco, el colaborador no siempre brinda dicha prioridad a los clientes como tal, causando de cierta manera un rechazo por la ausencia de empatía. Este criterio forma parte de las dimensiones de la calidad y se define como “la capacidad de percibir y comprender los requerimientos, mediante la identificación de los mismos y la atención individualizada a la persona usuaria” (Ganga Contreras, Alarcón Henríquez, & Pedraja Rejas, 2019, p. 671).

Debido a lo expuesto, la existencia de empatía resulta un factor positivo y de apoyo en el éxito organizacional, induce a la permanencia, la fidelización de sus usuarios y progresos notorios. Esta capacidad laboral es considerada muy elemental en el logro de las metas empresariales que radica específicamente en visualizar, escuchar y comprender las situaciones de los usuarios, incluso permite la captación de nuevos clientes y a su vez atrae la atención de personas interesadas que deseen formar parte del establecimiento.

Por consiguiente, otros de los inconvenientes que suscita en el presente local es el poco desenvolvimiento que posee el colaborador para desempeñar su labor y posiblemente esto se deba

a la ausencia o escasa capacitación del mismo, siendo el robotismo un impedimento en establecer efectivas relaciones humanas y para Parra Penagos & Rodríguez Fonseca (2016)

La capacitación, es el proceso en el que una empresa busca que sus empleados obtengan habilidades y destrezas necesarias para el desempeño en el cargo donde se impulsa el aprendizaje de sus colaboradores, la capacitación surge por los cambios provocados en el sector externo y que afectan directamente el interior de la empresa. (p. 134)

El talento humano es quien ejecuta las diferentes tareas encaminado a un mismo objetivo, analizar sus fortalezas y debilidades tanto personales como profesionales individualmente, permite a la máxima autoridad tomar decisiones efectivas enfocadas en la proactividad de ellos y así conlleve a su excelente desenvolvimiento laboral e incremento de rentabilidad deseada por la organización, derivando grata experiencia en los clientes en función a la forma y en el tiempo en que fueron dirimidas cada una de sus necesidades.

Otra de las inconsistencias que suelen darse en este establecimiento con respecto a la calidad del servicio, es la ausencia de cortesía, varios usuarios aseguran que últimamente el operador suele ser desatento o denota una actitud seria que para muchos de ellos termina siendo inaceptable, y aquella actitud termina impulsándolos a efectuar determinada compra en otro local, siempre que el usuario presente quejas de cualquier índole su percepción puede ser positiva o negativa conforme al servicio adquirido. Los autores Ramos Farroñan, Mogollón García, Santur, & Cherre Morán (2020) aseguran que :

En los últimos cuatro años se han presentado quejas sobre el servicio, manifestando descortesía y si la empresa no cambia esta situación va ocasionar que sus clientes se

muestren indiferentes ante sus ofertas y opten por otras opciones de consumo, llevando consigo la mala experiencia que compartirá con su entorno. (p. 418)

Queda claro que la ausencia de cortesía hacia un cliente no tiene ninguna justificación porque al momento en que una persona se compromete a laborar en determinada organización sabe a qué acatarse y a qué atenerse, y no precisamente solventar las necesidades de los clientes ausentando gentileza asegura total satisfacción en ellos; por ende, demostrar cordialidad a las personas que requieran de dichos bienes o servicios, antes, durante y después de la compra, forma parte de una de las dimensiones de la calidad del servicio y aquella carencia es considerada como uno de los errores más comunes constituyéndose en un factor negativo y muy perjudicial para prevalecer en el mercado.

Con relación a la ausencia de un plan motivacional duradero, induce a que cuyo operador no se sienta motivado totalmente para ejercer su rol y minimice el progreso de la empresa, esto muchas veces puede deberse a que el dueño del local no proyecta dicha motivación al operador constantemente. Cabe recalcar, que este es un factor relacionado con la capacidad de influir benéficamente en sus colaboradores, él debe sentirse entusiasmado para que el colaborador logre sentirse de la misma manera, es decir, motivados laboralmente, siendo “el resultado de la interrelación del individuo y el estímulo realizado por la organización con la finalidad de crear elementos que impulsen e incentiven al empleado a lograr un objetivo” (Peña Rivas & Villón Perero, 2018, p. 185).

Por lo antes expuesto, la motivación tiende a ser más productiva si es mutua, manteniendo y dirigiendo determinada conducta hacia un mismo objetivo, propicia mejor clima laboral, mayor

fluidez y estimulación de las habilidades del operador, y por su puesto un rendimiento valioso para la empresa.

Ahora bien, otra de las debilidades es la carencia de un uniforme de trabajo idóneo y personalizado, el operador carece de cuyo vestuario siendo un elemento de distinción y fundamental en la imagen de toda organización, puesto que “proyecta la identidad de la empresa y aumenta el sentido de la pertinencia y lealtad en los colaboradores” (Esmotas Empresarial, 2020).

En relación al enunciado anterior, el uniforme empresarial denota mayor profesionalismo e igualdad de los trabajadores e impulsa el trabajo en equipo, favoreciendo la imagen de la empresa, creando seguridad y confianza en el cliente en que realmente están tratando con los operadores de la organización para zanjar sus necesidades.

En resumidas cuentas, todos los inconvenientes mencionados no es reciente y se debe a que el personal que labora en cuya matriz de la Librería y Papelería “Amazonas” del Cantón Ventanas, no acata a las exigencias del usuario en su totalidad, no han procurado mejorar estas relevantes falencias que son demandadas continuamente por sus clientes y esto ha ido deteriorando su imagen, en la mayoría de tiempo solamente eluden la oportunidad de mejorar su servicio o simplemente labora como si no existiera un desperfecto en la realización de sus actividades o no presta relevancia en el nivel de satisfacción de los usuarios.

Bajo este concepto se afirma lo de a continuación:

El nivel de satisfacción de un cliente dependerá de la diferencia que exista entre sus expectativas y la percepción obtenida. Si las expectativas son superiores a la percepción obtenida, habrá como resultado un cliente insatisfecho, pero si la percepción obtenida es

superior a las expectativas, habrá como resultado un cliente satisfecho. (Matamoros Ramírez, 2017, p. 5)

De acuerdo a lo descrito, la calidad de servicio también se basa en procurar mejorar o lidiar con las falencias e insatisfacción que demanda la comunidad a través de la toma de medidas correctivas para evitar en nuevos usuarios la misma insatisfacción y tengan un buen concepto de la organización. Claramente la longevidad de todas las empresas y establecimientos comerciales depende de la valoración del cliente, la competitividad actual implica trabajar constantemente en conocer las expectativas de cada uno de ellos para generar su total satisfacción.

Actualmente, la calidad de servicio es uno de los múltiples factores que mayormente es valorado y demandado por la sociedad, esto implica realizar un profundo análisis externo e interno para el ofrecimiento de determinado producto o servicio de manera idónea, una vez detectados aquellos factores positivos y negativos incidentes en la viabilidad de la organización se procede a tomar decisiones que genere un impacto positivo para la empresa y por supuesto para los consumidores de los diversos artículos que ofrece. Bajo este término el autor Rogel Villacis (2018) afirma:

La gestión de la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los que tratan de definirla, medirla y finalmente mejorarla para buscar un progreso continuo en los procesos y de esta manera prestar un servicio eficiente y eficaz que permitan alcanzar sus propósitos. (p.144)

Conforme a lo expuesto, la calidad de servicio es caracterizada por la captación de las exigencias e inconformidades del usuario, mayor originalidad y creatividad a fin de no perecer en el mercado en que se compite, sino sobresalir ante ello con características diferenciadoras y

constante mejora continua para ofrecer un idóneo servicio y consigo aquella anhelada fidelización, puesto que la calidad óptima del servicio se sujeta en implementar acciones enriquecedoras que superen las necesidades y/o expectativas del cliente.

Así mismo, la Gestión del Talento Humano es elemento clave y predominante en las empresas e implica la intervención de todos sus operadores en los distintos procesos, “se puede poseer todo el capital económico y financiero deseado, la mejor infraestructura, planificación, iniciativa y motivación para el desarrollo del mejor negocio, pero nunca será exitoso si no se cuenta con el capital humano idóneo para dicho cometido” (Miranda Hoyes, 2016, p. 21).

Considerando la señalización antepuesta, el talento humano contribuye a la duración y éxito de la organización, una de las funciones del gerente radica en lograr en sus trabajadores cierta sensibilidad y voluntad para los clientes e infundan en ellos el retorno a su empresa que coadyuve a la existencia y predominación de la fidelización, y en efecto conseguir los propósitos con los cuales ha sido establecida la organización.

También cabe recalcar, que los empresarios se centran en que el éxito de una empresa depende de un método efectivo a implementar llamado evaluación de desempeño , cuyo propósito se basa en “informar a los trabajadores sobre cómo están en su trabajo y lo que se espera de ellos, reconocer los méritos y resultados positivos obtenidos, corregir las desviaciones y los posibles errores tanto de comportamiento como de resultados” (Rivero Remírez, 2019, pp. 160-161) ; Sin duda alguna, la medición del desempeño trae consigo varios beneficios para el dueño y el trabajador, es de apoyo a la meta deseada de la organización, erradicando cada una de sus debilidades, y en función de ello se ha aplicado instrumentos de recolección de información de los cuales se ha levantado información relevante la misma que es descrita a continuación:

Tabla 1

Resultados de la entrevista aplicada al propietario del establecimiento

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Considera que sus colaboradores efectúan sus actividades con prontitud?	Dentro de los recursos disponibles en el local y las limitaciones, sí.
2	¿ Qué haría para mitigar las falencias existentes en su establecimiento?	Realizar una reestructuración para fortalecer la imagen corporativa y ser más eficientes en la administración .
3	¿Cómo impulsará la mejora continua de sus colaboradores para un beneficio mutuo?	Coexistiendo la integración del personal y cuya confianza para exponer las situaciones que se originen.
4	¿Cree estar cumpliendo con las expectativas de los usuarios en su totalidad?	Cumplir con las expectativas de los clientes casi imposible, porque muchas veces existe por la escasez de productos.
5	¿Cómo se considera, un jefe o un líder?	Una mezcla de los dos, porque hay momentos en que toca tomar una decisión radical y hay momentos en el que toca actuar como ejemplo.
6	¿Sus colaboradores han recibido capacitación para la realización de sus actividades?	No, pero existe tiempo en el que reflexionan y toman decisiones frente a los casos que se originan.

Fuente: *Entrevista aplicada al propietario del establecimiento comercial*

Elaborado por: *Jennifer Rosanna Morales Montero*

Ante las respuestas obtenidas del propietario se puede manifestar que en la Papelería y Librería “Amazonas” del Cantón Ventanas existen ciertas inestabilidades laborales, pero al mismo

tiempo se tomarán decisiones encaminadas al fortalecimiento de la meta deseada de la organización, siendo una de ellas la evaluación del desempeño o grado de cumplimiento de las tareas de los trabajadores con la finalidad de detectar aquellas debilidades del trabajador para potenciarlo e impulsar la mejora continua con tenacidad.

El Eco. mantiene con firmeza que se ejecutará un control continuo en las distintas áreas laborales que conllevará a la comparación de los resultados deseados con los obtenidos, promoverá la integración y compromiso de su talento humano, así mismo es consciente de la inconformidad que muchos de sus usuarios exigen, y cada una de sus demandas serán valoradas para proveerles un mejor servicio empleando creatividad e innovación.

Tabla 2

Satisfacción del usuario por el servicio recibido

Opciones	Frecuencia	%
Muy satisfecho	0	0%
Satisfecho	5	20%
Normal	9	36%
Poco satisfecho	7	28%
Nada satisfecho	4	16%
Total	25	100%

***Fuente:** Encuesta aplicada a usuarios del establecimiento comercial*

***Elaborado por:** Jennifer Rosanna Morales Montero*

Al examinar los resultados de la segunda tabla se puede apreciar que el 16% de las personas encuestadas representa un grado de insatisfacción total, no se satisface al usuario, lo cual puede deberse a varios factores como; el retraso, ausencia e incapacidad de cierto personal, y ante esto, es preciso recalcar que el hecho de perder a un usuario puede derivar una avería e inexistencia del establecimiento y como bien se sabe el cliente es la razón de existir de toda empresa.

Tabla 3

Frecuencia con la que los usuarios se han sentido valorados por los colaboradores

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	3	12%
Casi siempre	4	16%
Ocasionalmente	7	28%
Raramente	6	24%
Nunca	5	20%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del establecimiento comercial

Elaborado por: Jennifer Rosanna Morales Montero

Analizando los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, se determina que cuyos clientes en su mayoría no se sienten valorados siempre que acuden para solventar sus necesidades, no existe aquella grata experiencia la misma sea difundida para la mejora de la empresa, es decir, este hecho limita la captación de clientes, por lo tanto, es importante hacer sentir valorados a los clientes contrarrestando este tipo de limitación a través de asertivas decisiones.

Tabla 4

Importancia de los valores organizacionales puestos en práctica

Opciones	Frecuencia	%
Muy importante	12	48%
Importante	7	28%
Poco importante	4	16%
Neutral	1	4%
Nada importante	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a usuarios del establecimiento comercial

Elaborado por: Jennifer Rosanna Morales Montero

Como se puede apreciar en la tabla expuesta, para el 48% de las personas encuestadas es muy importante poner en práctica los valores de la organización, debido a que constituye la

identificación de la misma e influye en el comportamiento del personal y sirve de apoyo para el logro de sus objetivos y meta. Sabiéndose que la cultura se encuentra constituida por principios y valores los cuales son inculcados desde muy temprana edad y tiende a la aceptación o rechazo de otros individuos, muchos de ellos se ven denotados en el ámbito profesional y los colaboradores deben originar gusto en los usuarios ya que es valorado antes, durante y después del servicio recibido.

Tabla 5

Concorde con la actitud del personal

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	12	48%
De acuerdo	7	28%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	16%
En desacuerdo	2	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	25	100%

***Fuente:** Encuesta aplicada a usuarios del establecimiento comercial*

***Elaborado por:** Jennifer Rosanna Morales Montero*

En la presente tabla se puede apreciar que, de las 25 personas encuestada, el 48% de ellas manifiestan que están a gusto con la actitud del colaborador, pero a pesar de eso existen usuarios inconformes, por lo tanto, es importante cubrir esa falencia denotada y encamine a un mejor resultado, debido a que es un elemento clave para proporcionar servicios con altos estándares de calidad, tendiendo a mayor seguridad y satisfacción en los clientes.

CONCLUSIONES

La calidad de servicio existente en la Librería y Papelería “Amazonas” del Cantón Ventanas, es poca satisfactoria, debido a que no cumplen sus expectativas y esto se debe a distintos factores siendo los más comunes; poco compromiso de los operadores, ausencia de cordialidad con los usuarios e inexistencia de empatía tendiendo cada vez más a un bajo nivel de competitividad. Muchos de los usuarios presentan disgustos ante el servicio que han recibido, debido a que el operador del establecimiento no efectúa sus actividades con aquella eficiencia resultando dificultoso obtener tan anhelada fidelización.

Otro de los hallazgos, es que no predomina el debido seguimiento del trabajador generando un desfavorable grado de incumplimiento al momento de realizar las actividades que les hayan sido encomendadas, no existe aquel compromiso en su totalidad de tal forma valoren y hagan sentir valorados a los usuarios constantemente y contribuir a la fidelización y captación de nuevos usuarios. De igual manera, el operario presenta cierta lentitud en la ejecución de sus determinadas labores y esto se debe a la carencia de una idónea capacitación o estimulación de sus aptitudes y tiende a una desagradable imagen empresarial y pérdidas de clientes.

Así mismo, no existe aquel entusiasmo del personal debido a la carencia de una influencia positiva en el equipo de trabajo, puesto que la poca motivación del personal alude al escaso rendimiento de ellos y ante este suceso, es importante que se impulse la mejora continua de cada uno de ellos y de esta forma contribuir al bienestar de la empresa a través del fortalecimiento de las capacidades, destrezas y conocimientos efectivos laboralmente.

REFERENCIAS

- Arellano Díaz, H. O. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista Dominio de las Ciencias*, 3(3), 72-83. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3194>
- Ayuso Collantes, C. (2019). El rótulo comercial: Estructura textual y lingüística. *Publicaciones de la Institución Tello Téllez de Meneses*. Palencia. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7248066>
- Esmotas Empresarial. (13 de Abril de 2020). El uso del uniforme [Archivo de Video]. Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ajU10mpq1W8>
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL : el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. doi:<https://doi.org/10.4067/s0718-33052019000400668>
- Matamoros Ramírez, R. F. (2017). Nivel de satisfacción de clientes de la banca privada de Guayaquil, respecto a los canales de atención de reclamos. *Tesis*. Universidad Politecnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14885>
- Miranda Hoyes, D. (2016). Motivación del talento humano: La clave del éxito de una empresa. *Revista Investigación y Negocios*, 9(13), 20-27. Obtenido de <https://n9.cl/8r02q>
- Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. R. (2016). El Recurso Humano como elemento fundamental para la gestión de Calidad y la Competitividad Organizacional.

- Revista Científica Visión de Futuro*, 20(2), 1-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Orlandini G., I., & Ramos Guzmán, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Revista Investigación y Negocios*, 10(15), 144-155. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2521-27372017000100003&lng=es&nrm=iso
- Parra Penagos, C., & Rodríguez Fonseca, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 6(2), 131-143. doi:<http://dx.doi.org/10.19053/20278306.46021>
- Peña Rivas, H. C., & Villón Perero, S. G. (2018). Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional. *Revistas Scientific*, 3(7), 177-192. doi: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Ramos Farroñan, E. V., Mogollón García, F. S., Santur, L. M., & Cherre Morán, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200417
- Rivero Remírez, Y. (2019). Evaluación del desempeño: tendencias actuales. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 23(2), 159-164. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552019000200159

- Rogel Villacis, J. L. (2018). La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. *Revista MEMORALIA*(15), 142-154. Obtenido de <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>
- Tatamuez Tarapues, R. A., Domínguez, A. M., & Matabanchoy Tulcán, S. M. (2018). Revisión sistemática: Factores asociados al ausentismo laboral en países de América Latina. *Revista Universidad y salud*, 21(1), 100-112. doi:<https://doi.org/10.22267/rus.192101.143>
- Zavala Choez, F. N., & Vélez Moreira, E. M. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad - Ecuador. *Revista Científica : Dominio de las Ciencias*, 6(3), 264-281. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284>

ANEXOS

ANEXO N°-1

Encuesta dirigida a usuarios de la Papelería y Librería Amazonas

Objetivo: Obtener el criterio de los usuarios para el adecuado uso y ejecución del presente caso de estudio.

1. ¿Con qué frecuencia usted acude al local comercial?

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

2. ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio recibido?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Normal
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

3. ¿Está usted de acuerdo con la actitud del personal del local?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Cuán importante considera que los valores organizacionales sean puestos en práctica?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Neutral

Nada importante

5. ¿Cómo valora la predisposición de los colaboradores?

Muy bueno

Bueno

Indiferente

Malo

Muy malo

6. ¿Estaría dispuesto /a en un futuro a formar parte de este local?

Muy probable

Probable

Poco probable

Normal

Nada probable

7. ¿Se ha sentido valorado/a por los colaboradores del local?

Siempre

Casi siempre

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

8. ¿Qué tan importante considera la supervisión para mitigar los inconvenientes que suelen suceder en el establecimiento?

Muy importante

Importante

Poco importante

Neutral

Nada importante

ANEXO N°-2

Entrevista dirigida al propietario de la Papelería y Librería Amazonas

Objetivo: Obtener el criterio del propietario para el adecuado uso y ejecución del presente caso de estudio.

1. ¿Considera que sus colaboradores efectúan sus actividades con prontitud?
2. ¿Qué haría para mitigar las falencias existentes en su establecimiento?
3. ¿Cómo impulsará la mejora continua de sus colaboradores para un beneficio mutuo?
4. ¿Cree estar cumpliendo con las expectativas de los usuarios en su totalidad?
5. ¿Cómo se considera, un jefe o un líder?
6. ¿Sus colaboradores han recibido capacitación para la realización de sus actividades?

ANEXO N°-3

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	
 <div style="float: right; text-align: right;">  </div>	
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES	
NÚMERO RUC:	1204469025001
APELLIDOS Y NOMBRES:	LEDESMA NUÑEZ CESAR DAVID
ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	
No. ESTABLECIMIENTO:	001
Estado:	ABIERTO - MATRIZ
FEC. INICIO ACT.:	30/08/2010
NOMBRE COMERCIAL:	LIBRERIA Y PAPELERIA AMAZONAS
FEC. CIERRE:	
FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	ACTIVIDADES DE INVESTIGACION Y DESARROLLO EN LAS CIENCIAS ECONOMICAS VENTA AL POR MENOR DE LIBROS VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE BAZAR VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CONTABILIDAD
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:	Provincia: LOS RIOS Cantón: VENTANAS Parroquia: VENTANAS Calle: JOSE MARIA VELASCO IBARRA Numero: S/N Intersección: 10 DE NOVIEMBRE Referencia: FRENTE AL RESTAURANTE MAMA FANNY Celular: 0986826679 Teléfono Domicilio: 052973465 Email: cdavid_ds@yahoo.com Email principal: cdavid_ds@yahoo.com
No. ESTABLECIMIENTO:	002
Estado:	ABIERTO - LOCAL COMERCIAL
FEC. INICIO ACT.:	28/06/2018
NOMBRE COMERCIAL:	LIBRERIA Y PAPELERIA AMAZONAS
FEC. CIERRE:	
FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN GENERAL VENTA AL POR MENOR DE LIBROS DE TODO TIPO EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS. VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA COMO LAPICES, BOLIGRAFOS, PAPEL, ETCETERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS. OTRAS ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENEDURIA DE LIBROS. INVESTIGACION Y DESARROLLO EN LAS CIENCIAS ECONOMICAS.
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:	Provincia: LOS RIOS Cantón: VENTANAS Parroquia: VENTANAS Calle: AV. VELASCO IBARRA Numero: S/N Intersección: SUCRE Referencia: JUNTO A ALMACENES PICA Celular: 0986826679 Email principal: cdavid_ds@yahoo.com
No. ESTABLECIMIENTO:	003
Estado:	ABIERTO - LOCAL COMERCIAL
FEC. INICIO ACT.:	28/06/2018
NOMBRE COMERCIAL:	LIBRERIA Y PAPELERIA AMAZONAS
FEC. CIERRE:	
FEC. REINICIO:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN GENERAL VENTA AL POR MENOR DE LIBROS DE TODO TIPO EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS. VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA COMO LAPICES, BOLIGRAFOS, PAPEL, ETCETERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS. OTRAS ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENEDURIA DE LIBROS. INVESTIGACION Y DESARROLLO EN LAS CIENCIAS ECONOMICAS.
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:	Provincia: LOS RIOS Cantón: VENTANAS Parroquia: VENTANAS Calle: SUCRE Numero: S/N Referencia: JUNTO AL COMERCIAL MURILLO Celular: 0986826679 Email principal: cdavid_ds@yahoo.com

ANEXO N°-4
IMÁGENES DE LA PAPELERÍA Y LIBRERÍA AMAZONAS DEL CANTÓN
VENTANAS



Imagen 1

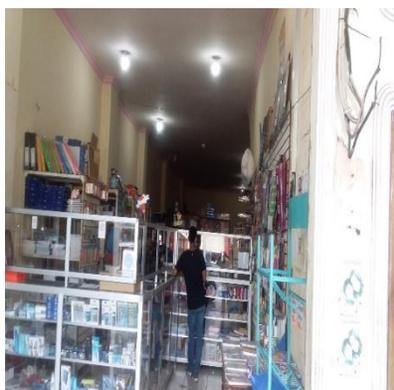


Imagen 2



Imagen 3

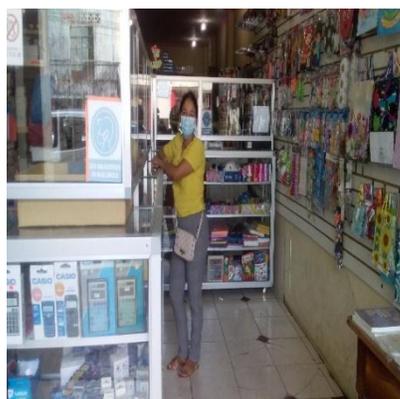


Imagen 4



Imagen 5



Imagen 6



Imagen 7

ANEXO N°-5
CARTA DE AUTORIZACIÓN

Ventanas, 31 de Agosto del 2021

Sr

César David Ledesma Núñez

PROPIETARIO DE LA PAPELERÍA Y LIBRERÍA AMAZONAS

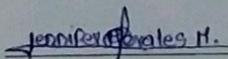
En su despacho.

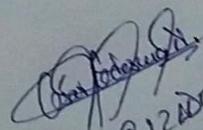
De mis consideraciones:

Yo: **MORALES MONTERO JENNIFER ROSANNA**, con cédula de identidad **1207953835** estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculada en el proceso de titulación periodo Junio - Octubre 2021, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado **CALIDAD DEL SERVICIO A LOS USUARIOS DE LA PAPELERÍA Y LIBRERÍA AMAZONAS DEL CANTÓN VENTANAS** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecida.

Muy atentamente


Jennifer Rosanna Morales Montero
1207953835


AUTORIZADO
31-08-2021
0985896321
Librería y Papelería
AMAZONAS
Calidad, Seriedad y Servicio
Dir. Sucre entre 10 de Agosto y Velasco Ibarra
Ventanas - Los Ríos - Ecuador

ANEXO N°-6

REPORTE DEL URKUND



Document Information

Analyzed document	CALIDAD DEL SERVICIO A LOS USUARIOS DE LA PAPELERÍA Y LIBRERÍA AMAZONAS DEL CANTÓN VENTANAS.docx (D112847360)
Submitted	9/18/2021 3:55:00 AM
Submitted by	
Submitter email	monteromontero312522123456@gmail.com
Similarity	7%
Analysis address	fmorales.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

W	URL: https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/65/130 Fetched: 5/12/2020 12:16:27 AM		1
W	URL: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6128526.pdf Fetched: 9/18/2021 3:55:00 AM		1
W	URL: https://docplayer.es/96521960-Universidad-nacional-de-trujillo.html Fetched: 6/22/2020 2:13:00 AM		1
W	URL: https://docplayer.es/63677617-Calidad-de-servicio-y-grado-de-satisfaccion-del-cliente-en-el-restaurant-pizza-hut-en-el-centro-comercial-mega-plaza-lima-2016.html Fetched: 4/25/2021 7:41:37 PM		1
W	URL: https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1810/1/76312.pdf Fetched: 7/6/2020 10:34:42 PM		1
W	URL: https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25417/Huamani%20Palomino%20Daniel%20Antonio-Parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y Fetched: 9/18/2021 3:55:00 AM		2
W	URL: https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/436 Fetched: 9/18/2021 3:55:00 AM		1
W	URL: https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/3768 Fetched: 9/18/2021 3:55:00 AM		1
SA	TESIS REVISADA MBG CAE Urkund.docx Document TESIS REVISADA MBG CAE Urkund.docx (D45018625)		2