



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL 2022 – SEPTIEMBRE 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

LICENCIADO EN COMERCIO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA EVENTOS

MORÁN DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2021

EGRESADO:

SOLANNGE XIMENA TERÁN MOLINA

TUTOR:

ING. JUAN OSWALDO ORTIZ CAMPI MSC.

AÑO 2022

CONTENIDO

Resumen	3
Abstract	4
Planteamiento del problema	5
Justificación	7
Objetivos	8
Líneas de investigación	9
Marco conceptual	10
Marco metodológico	22
Resultados	23
Discusión de resultados	25
Conclusiones	27
Recomendaciones	28
Referencias	29
Anexos	31

RESUMEN

El presente caso de estudio tiene como finalidad determinar las inconsistencias que ha causa de un incorrecto manejo de la funciones que realizan los empleados ya que no existe una preparación adecuada, en virtud de aquello se ha proyectado como objetivo principal Analizar la calidad del servicio al cliente que otorga la empresa Eventos Morán en la ciudad de Babahoyo para mejorar la calidad del servicio, y de esta forma contribuir con una solución para mejorar la situación de la empresa y garantizar a los clientes un servicio de calidad; se aplicó el método inductivo y descriptivo además reforzar el enfoque de la problemática, con diferentes fuentes teóricas de autores experto en el tema seleccionado a cerca de una excelente calidad de servicio al cliente, dado que para toda empresa el éxito que otorga es producto de servicio que se otorga; y en base a los resultados obtenidos de las técnicas e instrumentos utilizados, como la entrevista al propietario de la empresa se ha demostrado que la mayor parte de sus empleados no han obtenido un capacitación, esto se produce porque se ha trabajado de una forma empírica, dando como resultados que los ingresos de la empresa hayan disminuido.

Palabras claves: calidad, servicio, clientes, capacitación.

ABSTRACT

The purpose of this case study is to determine the inconsistencies caused by incorrect management of the functions performed by employees since there is no adequate preparation, by virtue of which it has been projected as the main objective to analyze the quality of customer service granted by the company Event's Moran in the city of Babahoyo to improve the quality of the service, and in this way contribute with a solution to improve the situation of the company and guarantee customers a quality service; The inductive and descriptive method was applied, in addition to reinforcing the approach to the problem, with different theoretical sources of expert authors in the selected subject about an excellent quality of customer service, since for any company the success it grants is a product of service. that is granted; and based on the results obtained from the techniques and instruments used, such as the interview with the owner of the company, it has been shown that most of its employees have not obtained training, this occurs because it has been worked in an empirical way, giving as a result that the income of the company has decreased.

Keywords: quality, service, customers, training.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Eventos Morán es una empresa dedicada a otorgar servicios de eventos como es el alquiler de sillas, mesas para boda, bautizo, cumpleaños, convenciones, eventos corporativos, etc., además de brindar a sus clientes el servicio de buffet desde sus platos tradicionales hasta los gourmet, además el propietario de Eventos Morán consta de una asociación de alimentos llamada Asofifuy (Visión, Futuro y Trabajo) que se encarga de brindar servicios de alimentos a las instituciones públicas y privadas la razón social está a nombre del Sr. Marlon Javier Morán Villegas con Ruc 1204351108001.

La empresa dedicada a eventos sociales, Eventos Morán cuenta con 6 empleados y está ubicada en las calles 10 de agosto y Juan Montalvo de la Ciudad de Babahoyo, su actividad empresarial dio inicio en el año 2012, es decir en la actualidad tiene 10 años brindando servicio a los clientes dentro y fuera de la ciudad de Babahoyo, siendo una de las más reconocidas, en la actualidad presta sus servicio de catering a la institución de la Policía Nacional con una variedad de alimentos a la elección de sus consumidores.

La problemática radica que la empresa Eventos Morán realizó contratación de nuevo personal, el cual tiene poca experiencia y era esencial realizar una capacitación para brindar un servicio de calidad, surgiendo inconvenientes en el desarrollo de sus actividades, pues si bien es cierto cuando una empresa mantiene a sus empleados capacitados o con experiencia son más dedicado a las actividades que realizan, esto provoca una mayor satisfacción a su trabajo y en algunas ocasiones son gratificados por los jefes.

Por lo tanto, los contratos a Eventos Morán fueron escasos ocasionando una disminución en el sueldo de sus empleados, y esto a su vez ha surgido otros problemas como lo es un

ambiente laboral poco agradable, y a su vez esto afecta el rendimiento de las actividades, estos problemas resultan de poco beneficio para la empresa, ya que la competencia va aprovechar las deficiencias que se encuentren en la empresa decida a eventos y servicio de catering y de esta manera aumentar sus ventas, ser reconocida de manera que aumente la oportunidad de ser solicitada por los clientes.

Esto ha provocado que los ingresos de Eventos Morán hayan disminuido así lo manifestó su propietario el Sr. Marlon Morán, y que desea buscar una solución a este problema ya que su empresa tiene una década brindando servicio a las personas que lo requieran, siendo una de las más reconocidas dentro de la ciudad de Babahoyo y sus entornos, para el propietario estos problemas surgido en su empresa han ocasionado un desequilibrio al cual él no estaba acostumbrado, ya que volvió a mencionar que desde su creación no había presenciado por una situación de esta magnitud.

El entorno comercial de la organización de eventos sociales se ha convertido en un estilo de vida para orientación de aprendizaje y capacitación para cada ocasión que lo requiera, esta actividad en muchas ocasiones puedo lograr ser muy costosa para lograr el resultado que se espera, y esto depende de las expectativas que pueden llegar a tener los clientes. De tal manera que es de vital importancia detectar a tiempo por los problemas que puedan estar presentando nuestro negocio, poder aplicar una metodología como lo sería un análisis FODA para reconocer sus fortalezas, Oportunidades, debilidades y amenazas será un método muy útil a utilizar. Dando a conocer que el servicio de catering y organización de eventos sociales siempre estará a la expectativa de los clientes quienes buscarán la mejor opción a través de una excelente atención.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente estudio de caso, radica en conocer cuál es la importancia que tiene capacitar a sus empleados en una empresa para que puedan brindar una excelente atención a sus clientes especialmente cuando se trata de una empresa que se dedica a la organización de eventos sociales y servicio de catering, la falta de experiencia y capacitación refleja en el resultado del trabajo lo que provoca que los clientes no se sientan satisfecho con el servicio que se le está brindando, de tal forma que busquen recurrir a otra empresa dedicada a lo mismo o negocio similar.

El entorno comercial de la organización de eventos sociales se ha convertido en un estilo de vida para orientación de aprendizaje y capacitación para cada ocasión que lo requiera, la organización de un evento en muchas ocasiones puede lograr ser muy costoso para lograr el resultado que se espera, y esto depende de las expectativas que pueden llegar a tener los clientes, es por eso que los últimos años las empresas encargadas a organizar eventos sociales se han enfocado en usar estrategias para llamar la atención de los clientes, como por ejemplo una nueva innovación en la preparación de sus alimentos para lograr cautivar la aceptación del servicio que brindan a sus clientes, ya que en la actualidad es el cliente que debe organizar su evento buscando nuevas alternativas que llamen su atención.

Al mismo tiempo, esta investigación se realizó con el fin dar a conocer a futuros empresarios que deseen emprender un negocio igual o similar la importancia y necesidad que conlleva tener una excelente atención al cliente. La realización de este estudio de caso además de todo lo que ya se mencionó tiene como finalidad poder servir de ayuda a nuevas generaciones que deseen realizar investigación, proyectos o tesis, para su formación profesional o en caso de querer emprender un negocio relacionado a la organización de eventos sociales y servicio de catering.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Analizar la calidad del servicio al cliente que otorga la empresa Eventos Morán a través de una entrevista realizada al propietario.

Objetivos específicos

- Identificar los factores del clima laboral que influyen en el bajo rendimiento de la atención al cliente.
- Aplicar una metodología que permita reducir las carencias en la empresa Eventos Morán por la falta de preparación con respecto a la atención al cliente por medio del análisis FODA.
- Recomendar a la empresa Eventos Morán los beneficios que tiene la capacitación al personal

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El presente Estudio de caso calidad del servicio al cliente de la empresa eventos morán de la ciudad de Babahoyo periodo 2021 se relaciona con la línea de investigación de Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control: Se deduce que la línea de investigación que se aplicó concierne con el tema en desarrollo, ya que busca detallar un estudio sobre el la atención al cliente, de manera que se registre la forma en la que inciden en su aplicación dentro de la empresa Eventos Moran de la ciudad de Babahoyo, empresa la cual se dedica a servicio de catering alquiler de sillas y mesas a eventos sociales , por lo tanto existe una relación directa dado que la gestión financiera busca manejar de una forma que los recursos de la empresa se optimicen y administrativa porque si bien es cierto a través de una correcta administración es posible dar un buen funcionamiento a la empresa.

Acompañado de la sublínea de investigación Marketing y comercialización, dado que una buena atención al cliente es considerado como una carta de presentación para las empresas, requiriendo de un personal capacitado o con experiencia, capaz de realizar todas sus actividades de manera que los clientes, propietario e incluso los empleados resulten beneficiados en todos los aspectos posibles, dado que en la empresa Eventos Moran existe una carencia de inconsistencia en sus empleados y con una excelente administración y adecuadas estrategias de Marketing se puede lograr grandes aportes que ayuden al crecimiento de la empresa Eventos Moran, es por esta razón que el presente estudio de caso está relacionado con esta sublínea de investigación además de su impacto comercial y publicitario que trae consigo.

MARCO CONCEPTUAL

La empresa dedicada a eventos sociales de eventos sociales Eventos Morán cuenta con 6 empleados y está ubicada en las calles 10 de agosto y Juan Montalvo de la Ciudad de Babahoyo, empresa dedicada a otorgar servicios de eventos como es el alquiler de sillas, mesas para boda, bautizo, cumpleaños, convenciones, eventos corporativos, etc., su misión es agradar y ubicar la empresa a nivel nacional como una de las mejores organizaciones de eventos, y su visión es generar fuente de trabajo y formar empresarios exitosos, la razón social está a nombre del Sr. Marlon Javier Morán Villegas con Ruc 1204351108001.

La principal función de una empresa dedicada a la organización de eventos sociales es brindar una excelente atención al cliente, el poder satisfacer sus necesidades, por ende, hay que tener en cuenta todos los detalles al momento de brindar el servicio, ya que esto es fundamental como por ejemplo los servicios de alimentos, el ambiente y el lugar, es decir los factores que logran hacer exitoso un evento brindando una excelente atención. Es indispensable que las empresas dedicadas a brindar servicio al cliente como lo es Eventos Morán cuentan con una amplia gama de experiencia, en especial si se trata de agradar al cliente y llegar a satisfacer sus gustos y necesidades, una buena calidad de atención al cliente, queda en constancia de lo que se pudo otorgar ya que esto habla del excelente servicio que se ha podido ofrecer y hará que mejore la presentación y publicidad de la empresa.

Una empresa dirigida por excelentes líderes y que funciona bajo estándares de disciplina, un buen ambiente laboral y valores será una empresa que constantemente retribuirá sus valores al cliente y estos a su vez detecta oportunidades y la satisfacción al cliente, por lo que podemos decir que la calidad de atención al cliente que ofrezca la empresa Eventos Morán será uno de los elementos primordiales en cuanto se refiera a valores empresariales. Según (Ortiz, 2020)

El servicio al cliente es un trabajo en equipo. No solo debe centrarse en los operadores de ventas, sino en todos los procesos que haya durante la interacción de un cliente con un producto o servicio.

Calidad

Durante décadas, el término de concepto de calidad se relacionaba a una estado o característica de un producto, no obstante, con el pasar de los años, el concepto se ha propagado y es viable aplicarlo a cualquier tipo de actividad empresarial. De esta forma, la calidad favorece al descuento de costos de operación, debido a que con su ejecución las organizaciones concretan métodos para eliminar reprocesos que generan gastos de tiempo y recursos estos suelen ser económicos y materiales, originando una cultura de progreso continua que sobrelleva a la extensión de la producción. (Pineda, 20, págs. 44-45)

La calidad debe ser definida en términos de satisfacción al cliente, por lo que su concepto multidimensional, al definir la calidad como valor agregado del cliente, además que debido a que dichos clientes tienen expectativas y necesidades versátiles, la calidad es dinámica, la calidad establece una función integral de toda la organización, conteniendo la calidad del trabajo, la calidad del servicio, la calidad de la gente, etc. (Mejías, Gutiérrez, Duque, D'Armas, & Cannarozzo, 2018, pág. 10)

Estos dos autores en su narrativa con respecto al concepto de contabilidad nos tratan de indicar que la calidad además de ser un término utilizado dentro de las organizaciones, sirve de ayuda para satisfacer a los clientes y así poder perfeccionar los recursos para incrementar sus ingresos e eliminar los gastos que sean innecesarios y al mismo tiempo reducir el tiempo que se logre invertir en sus actividades, al hablar de calidad se hace referencia a una excelente administración por parte de los propietarios o encargados de las organizaciones.

El cliente.

“Un cliente es un individuo que obtiene un producto o utiliza con frecuencia los servicios que ofrece una empresa o un profesional. Se puede considerar que un consumidor es cliente cuando ha comprado varias veces en una determinada empresa.” (Cano, 2019, pág. 192)

El cliente es la razón de existir de cualquier negocio y por la cual las empresas administran sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas, los clientes se crean confianzas sobre el valor y satisfacción de las diversas ofertas del mercado y compran en resultado, por lo que asemejar sus necesidades y perfiles, es crucial para afirmar la estabilidad de una empresa. (Vizcaíno & Sepúlveda, 2018, pág. 10)

Según el criterio de estos autores el cliente es una clave importante para que un negocio progrese, ya que el cliente es quien decide si nuestro producto es rentable o no a través de su punto de vista y la satisfacción que él reciba, el cliente según sus expectativas nos da a conocer las carencias que la empresa está adoptando y esto a su vez produce un impacto negativo en dichas empresas.

Atención del servicio al cliente

“Esta inconstante está relacionada con preguntas cómo trato y amabilidad de los empleados, accesibilidad para encontrar a los empleados, el tiempo al momento de pagar el producto, el conocimiento que tienen los empleados sobre su trabajo” (Buentello, Valenzuela, Villarreal, Gómez, 2019, pág. 22)

Un buen servicio al cliente es un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Cabe considerar que atraer un nuevo cliente es

aproximadamente seis veces más caro que mantener uno ya que los mismos son sensibles al servicio que reciben de sus proveedores, lo que significa que la empresa obtendrá al final mayores o menores beneficios (Torres, Enríquez, Vallejos, 2019, pág. 5)

Dado a conocer este concepto podemos deliberar que el cliente quedará presuntuoso del servicio y retornara con más frecuencia a la empresa porque obtuvo grandes expectativas además de ofrecer un servicio de calidad refleja el éxito y ayuda a corregir errores que se hayan cometidos, ya que estos pueden ser visibles en el momento, que es lo que ha sucedido con la empresa Eventos Morán.

Calidad del servicio al cliente

La calidad del servicio es una guía clave para todas las organizaciones, tanto públicas o privadas, ya que les permite detectar oportunidades de mejora a partir de la percepción de los clientes. Sin embargo, muchas veces es visto como una herramienta ambigua o subjetiva y que implica dificultades en su medición, análisis e interpretación (Cevallos , 2018, pág. 49)

La estimación de la calidad de servicio ha sido un punto ya comentado en la escritura exploratoria en los diferentes ámbitos de las organizaciones o asociaciones de Latinoamérica, a pesar de que el entorno típico en el que se utiliza, alude a la valoración de la administración en las organizaciones de ayuda y en los elementos que incluyen algún tipo de atención al cliente, Hoy en día, la naturaleza de la atención es de interés no exclusivamente para los que gerencian las distintas organizaciones que necesitan reducir los costos o evaluar la ejecución, sin embargo, además de los científicos, representan una autoridad considerable en el campo del bienestar (Terán, González, Ramirez, & Palomino, 2019, pág. 3)

Según las citas de ambos autores se ha llegado a la conclusión de que la atención al cliente es una es una carta de presentación con los clientes, ya que si un cliente se siente satisfecho con la

atención no dudara en su pronto retorno y ser recomendados a amigos, familiares y conocidos, entonces este juega un rol fundamental dentro de la empresa, y mejora a una excelente administración.

Calidad Funcional Percibida

Hace referencia a la brecha que existe entre el valor de las expectativas antes de obtener el servicio y el conocimiento luego de haberlo recibido, esto hace referencia a la manera que este presta su servicio y como este recibe el trato y crea una imagen en la empresa, esta dimensión claramente se distingue como el personal trata al cliente, esto es muy importante para poder tomar medidas que correspondan en base a las capacitaciones o premios al personal, pero todo direccionado a complacer al cliente. (Morocho & Burgos, 2018, pág. 25)

Satisfacción del cliente

Un cliente satisfecho repite la compra o la experiencia del servicio, genera ingresos a la empresa y mantiene su concepto de eficacia en el producto o servicio que adquiere. Por el contrario, cuando un cliente se muestra insatisfecho del producto o servicio que adquirió, suele tomar diferentes conductas, comúnmente no regresa a ese lugar o no adquiere ese producto, con lo que acude a la competencia, en otras ocasiones además genera una mala referencia sobre el producto o servicio que no lo satisfizo. (Rojas & Calderón, 2021, pág. 40)

Este concepto hace referencia a qué tan satisfecho se siente un cliente respecto al producto o servicio que ha consumido. El grado de satisfacción de los clientes, depende en gran manera del éxito y la constancia de una empresa en el mercado. Por ello, los niveles de satisfacción del usuario son una forma directa de medir la satisfacción de las expectativas, necesidades y deseos de los usuarios. De lo anterior, se deduce la estrecha relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. (Demarquet & Chedraui, 2022, pág. 96)

Sin duda alguna un cliente satisfecho es un cliente feliz, como lo habíamos comentado anteriormente, si un cliente se siente satisfecho no dudará en regresar a ese lugar, la satisfacción no solo se debe a un buen servicio en el producto, también la atención es importante, el lugar y la armonía que este lugar lo rodea.

Actitud del cliente

La intención de esta conducta se define como la habilidad del consumidor y la probabilidad de usar un servicio, estudios previos identificaron muchos factores que podrían afectar la intención de la conducta, la teoría de la acción razonada (TRA) tanto la actitud como las normas subjetivas son competentes de afectar la intención del actuar humano. Según el TRA, la actitud consiste en creencias actitudinales sobre las consecuencias de realizar el comportamiento ponderado por la valoración de las consecuencias (Ramirez, Maguiña, Huerta, 2020, pág. 332)

La estrategia del servicio al cliente

Como hemos visto anteriormente, no importa si distribuimos servicios o productos, estos deben ir acompañados siempre de procesos de servicio al cliente. La idea final que se trata de contribuir a las organizaciones es que es necesario trazar objetivos y definir servicios y productos, pero asumiendo el nivel de servicio al cliente con el que se otorgarán dichos servicios y productos. Ello significa que, en una estrategia, deben definirse los servicios de apoyo, debe evaluarse lo existente, ver la conveniencia de ser modificados, dados de baja o sustituidos de manera ordenada por nuevos servicios (Ferrer & Palomino, 2020, pág. 28).

La atención al cliente se ha transformado en una decisión estratégica para cualquier negocio, se tiene que combatir no sólo en la indagación de clientes sino en conservarlos, y una forma de conseguir este objetivo es a través de una excelente atención. Ello involucra tener prioridad en el cliente, propiciar una relación de ganar, diseñar el entorno apropiado para una

armónica interacción social y un ambiente comercial que invite a permanecer en la empresa, todo lo cual puede establecer la condición de diferenciarse de los competidores, esta diferencia también se debe tener en cuenta otros factores, tales como, innovación en el servicio, usos de tecnologías actualizadas, garantías en el servicio y predisposición del personal hacia el cliente enfocado en sus necesidades (Parra, Arce, & Guerrero, 2018, pág. 141)

Enfoques que guían la atención al cliente, consumidor y usuario

El valor de un cliente para las empresas se compone de todo aquello que este aporta de beneficios a la entidad, ya sea por sí mismo (como ventas) o por el efecto que produce en otros consumidores (aconsejando el uso o consumo de un producto o servicio). (López, 2020, pág. 9).

Competencia en el mercado

La competencia es un concepto abstracto que impulsa a empresas dentro de un mismo mercado, en una evolución permanente por darle valor superior a sus clientes, Este concepto con especial connotación sobre el servicio ofertado al mercado y la rentabilidad es imprescindible para el desarrollo. Se identifica a cinco fuerzas competitivas que inciden el contexto comercial y financiero en cada una de las industrias: la intensidad de la rivalidad en la industria (o sector), la amenaza de nuevos entrantes, la amenaza de productos y servicios sustitutos, el poder de negociación de los compradores y el poder de negociación de los proveedores (Ordoñez & Zaldumbide, 2020, pág. 9)

Clima laboral

El clima tiene está relacionado con los factores ambientales experimentados conscientemente por los individuos dentro de sus lugares de trabajo, esta variable como un conjunto de propiedades del ambiente laboral que el trabajador observa acerca de las estructuras y procesos organizacionales y de la relación entre características personales y organizacionales que

afectan, directa o indirectamente, la conducta de las personas dentro de una organización. A su vez, la conducta organizacional es la respuesta directa al comportamiento administrativo y las condiciones organizacionales (Noboa, Barrera, Rojas, 2019, pág. 4)

Como se lo ha mencionado esta empresa Eventos Morán se dedica a brindar una gran variedad de comida y bebidas para todo tipo de fiesta, además cuenta con el servicio de alquiler mesas, y manteles, en palabras más complejas esta empresa está dedicada a brindar un servicio de catering.

¿Qué es el catering?

Según este servicio es la actividad o conjunto de actividades intangibles, generadas por y con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad de un cliente o de un usuario. Producto es un bien que se puede tocar y ver, que satisface las necesidades del cliente. El arte del servicio en Alimentos y Bebidas, requiere de precisión y buen gusto. Es un trabajo arduo que necesita de profesionales para tener como resultado un servicio de calidad. El alojamiento y la alimentación son servicios integrales para el turista, el progreso de servicio depende de la utilización de varias técnicas, las mismas que deben ser aplicadas de carácter obligatorio para obtener un servicio de calidad, entre ellas se puede indicar las siguientes (Navarrete, 2019, págs. 23-24)

- Planificación
- Acogida
- Prestación de la oferta
- Seguimiento
- Despedida

- Evaluación

Importancia de la atención al cliente, consumidor y usuario.

En la actualidad los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen gran libertad de elección. Comprarán o consumirán pudiendo elegir entre una amplia variedad de opciones diferentes, en buena medida porque el número de empresas y entidades que producen y distribuyen bienes y servicios se ha visto incrementado en los últimos tiempos. Esta libertad de elección por parte de los consumidores y usuarios no siempre ha estado presente en los mercados. Hoy en día clientes, consumidores y usuarios tienen un mayor poder que antes las empresas, puesto que, si estos no están contentos con el producto adquirido o los servicios prestados, cambiarán a otra. (López, 2020, pág. 4)

La importancia de ofrecer un excelente servicio o atención al cliente radica en los siguientes aspectos: Es necesario otorgar un valor agregado. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un entorno agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido y posiblemente si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de la empresa y cuente de su mala experiencia a otros consumidores. (Alarcon, Sarmiento, Mejía, Castaño, Troncoso, 2020, pág. 2)

Factores del clima laboral que influyen en el bajo rendimiento de la atención al cliente.

Comunicación: La comunicación dentro de las organizaciones debe ser mediante sistema abierto, significa que, no debe ser restringida por la estructura jerárquica de nivel descendente

sino en forma horizontal, de esta forma, los trabajadores conocerán los objetivos que persigue la empresa, las necesidades y los logros obtenidos. (Pilligua & Arteaga, 2019, pág. 5)

- **Colaboración:** En este factor, se evalúa el grado de madurez, el respeto, la manera de comunicarse, el grado de colaboración y compañerismo existente, y la confianza, siendo factores que suman importancia en el buen ambiente de trabajo, del cual se tiene como resultado, la calidad de las relaciones humanas dentro de la empresa, que será percibida por los clientes. (Pilligua & Arteaga, 2019, pág. 5)
- **Liderazgo:** El liderazgo tiene sus teorías o enfoques, algunos de ellos muy precisos, pero en el fondo son una transformación para la empresa u organización; el liderazgo en sí, involucra al personal que dirige y aquellos que tienen responsabilidades en cada área. (Pilligua & Arteaga, 2019, pág. 5)
- **Carrera profesional:** Se relaciona con el nivel de preparación académica, habilidades y destrezas que tengan los trabajadores para optar por un ascenso laboral, el mismo que repercute en mejor calidad de vida, confort, sueldos considerables y puestos acordes al desempeño, que se refleje en la evaluación de desempeño laboral (Pilligua & Arteaga, 2019, pág. 5)
- **Satisfacción:** La satisfacción laboral es el conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo. Probablemente, el empleado que se encuentre dentro de un ambiente agradable en la organización, que sus directivos reconozcan su trabajo y que lo incentivan a seguir mejorando mediante ascensos u otro tipo de motivaciones, generará satisfacción personal. (Pilligua & Arteaga, 2019, pág. 5)

Beneficios de la capacitación al personal.

La necesidad de volver a capacitar al talento humano, detectar errores en el diseño del puesto y ayuda a observar si existen problemas personales que afecten a la persona en el desempeño del cargo; gracias a esto se puede afirmar que la capacitación que reciben los empleados va de la mano con su productividad en la empresa, ya que esta influye en cómo los empleados van desenvolviéndose en cada una de las tareas y cargos que tienen, incluso con las capacitaciones, el talento humano puede estar más preparado en el conocimiento que tiene cada uno y en ámbitos externos a la profesión o al cargo que ejerce cada uno (Obando, 2020, pág. 167) y entre sus beneficios estas los siguientes:

- Competencias necesarias para su desenvolverse eficientemente dentro de las organizaciones
- Mayor incremento en el capital de la empresa
- Optimiza recursos y generando productos de alta calidad
- Aumentar la productividad de la organización a la que brindan sus servicios.
- Los empleados se orientan hacia un desempeño efectivo. (Obando, 2020, pág. 167)

Tabla 1

Análisis FODA empresa Eventos Morán

Fortaleza	Oportunidades
Exclusividad en decoración.	Bajos Costos

Una amplia gama de variedad de eventos	Crecimiento en el comercio empresarial
Costos accesibles al bolsillo	Alianzas estratégicas con instituciones
Creatividad innovadora y moderna	Ser reconocido en el mercado potencial.
Diferentes tipos de comida	Desarrollo Socioeconómico
Debilidades	Amenazas
Falta de experiencia del personal.	Competencia
Competencia en el mercado	Situación económica no rentable
Mala atención al cliente	Trato poco agradable a los clientes
Disponibilidad mínima de tiempo a los trabajadores	Cliente insatisfecho al momento de recibir el servicio y trato.

Elaborado por: Solannge Ximena Terán Molina.

MARCO METODOLÓGICO

Modalidad de la investigación

La modalidad de la investigación es cualitativa ya que por medio de esta condición se puede observar las descripciones de diferentes autores con referencia al marco conceptual haciendo un enfoque al problema encontrado en el presente caso de estudio.

La modalidad de la investigación es cuantitativa porque se centra en la recopilación de datos, haciendo referencia a la entrevista realizada al propietario de Eventos Morán dando cumplimiento al primer objetivo específico.

Método de investigación.

Método inductivo: A través de este método se pretende extraer una conclusión en general de los resultados obtenidos sobre la problemática que enfrenta la empresa a causa de una inexperta atención al cliente.

Método Descriptivo: Este método se basa en la observación de la información y por medio de esta condición se permitió realizar un análisis de la situación de la empresa a través de la recopilación de datos por medio de la encuesta y de esta forma detallar las irregularidades de la empresa.

Técnicas

Entrevista: En el presente caso de estudio se realizó un cuestionario de preguntas destinada al propietario de la empresa Eventos Morán y de esta forma obtener información que permitan conocer con más exactitud la problemática de la empresa.

Instrumento: Los instrumentos son los recursos que se han podido utilizar en la investigación y puedan dar viabilidad a la investigación en este caso es el cuestionario de preguntas que se formuló al Sr: Marlon Morán propietario de la empresa.

RESULTADOS

Tabla 2

Resultados de la entrevista realizada al propietario de Eventos Morán.

ORDEN	PREGUNTAS	DATOS RELEVANTES O ENCONTRADOS
1	¿Cómo propietario de eventos Morán cuál es su función dentro de la empresa?	Mi función es administrar y a su vez supervisar, guiar al personal y en algunas ocasiones me encargo de la atención cuando falta alguna de las personas encargadas de ese trabajo.
2	¿De qué forma usted se percató del problema que estaba presentando su negocio?	Las veces que me tocaba atender a los clientes recibí un comunicado de inconformidad de parte de ellos, al inicio no le di mucha importancia, ya que son situaciones comunes que suelen presentarse en las empresas, pero a medida que pasaba el tiempo me di cuenta que los ingresos estaban reduciendo a consecuencias de la falta de contratos, además estábamos pasando por un proceso de pandemia pensé esa era la razón,

- pero cada vez eran más comunes los reclamos de los clientes que contratan nuestros servicios.
- 3** ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente que brinda Eventos Morán es la correcta? Actualmente se está trabajando en brindar una excelente atención, ya que como lo mencione anteriormente el servicio que se ofrecía no estaba satisfaciendo al cliente.
- 4** ¿Les ha brindado capacitación a sus nuevos empleados? No les he podido brindar capacitación dado que el nuevo personal se contrató a inicios de pandemia, además siempre ha trabaja de forma empírica
- 5** ¿Cómo considera el clima laboral dentro de su empresa? En lo que se respecta al entorno laboral mantienen una excelente comunicación entre todos los que conformamos Eventos Morán, pero si bien es cierto una reducción del sueldo a los empleados a causa de pocas contrataciones provoca malestar en ellos.

- 6 ¿Considera necesario capacitar al personal de su empresa? Considero que sería de mucha ayuda tanto para el personal como para mí ya que solo se cuenta con los conocimientos empíricos y de esta manera se podrá obtener un mejor desempeño en el trabajo.
- 7 ¿Cree usted que una mala atención al cliente influye en sus ingresos? Influye de una forma muy significativa dado que los clientes son la razón que un negocio se mantengan en funcionamiento y por esta razón siempre se busca mantener satisfacción

Fuente: Entrevista realizada al propietario de Eventos Morán.

Elaborado por: Solannge Ximena Terán Molina.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A través de la información recopilada por medio de la entrevista al propietario de Eventos Morán, el cual la función que él cumple dentro de la empresa además de ser el propietario es administrar su negocio, examinar con exactitud que el su negocio obtengan excelentes resultados, además se pudo evidenciar que se obtuvo como resultados según lo que muestra la interrogante número 2 de cuestionario de preguntas que se realizó, era normal recibir el llamado de atención de sus clientes, ya que en toda empresa habrá clientes que no se sientan del todo satisfecho, además señalo que al atravesar por una pandemia era normal en todas las empresas durante ese periodo reduciría sus ingresos aún más cuando se trataba de una empresa como lo es Eventos Morán, que se encarga de brindar servicio de catering y organización de fiestas, dada estas circunstancias le dio poca importancia, pero las quejas de los clientes cada vez eran más frecuentes lo que hizo que el propietario se percatara del problema que estaba suscitando en su empresa.

Según lo que señaló el entrevistado con respecto a la pregunta número 3 que se le formuló del cuestionario la atención al cliente no ha sido del todo excelente calidad del servicio brindado, evidenciando los problemas suscitados en la empresa, pero que se están efectuando mejoras dentro de la misma para poder ofrecer un servicio de calidad a los clientes a través de estrategias, organización y planificación para poder cumplir con las metas propuestas y mantener un desarrollo de óptimas condiciones que garanticen el servicio que esta empresa ofrece a sus clientes.

Por otra parte resaltamos que en efecto esta empresa carece de conocimientos y capacitación con respecto a la calidad de atención al cliente según los señalado en la pregunta número 4 de la entrevista, esta situación ha provocado inconformidad por parte de los clientes y a su vez se ve reflejado como esta situación ha afectado los ingresos de la empresa provocando una reducción en su salario, haciendo referencia de lo que manifestó el propietario en la pregunta

número 5 expresó que la reducción a provocado malestar en los trabajadores temiendo que se torne un clima laboral poco agradable entendiendo la postura de sus colaboradores pretende mejorar los problemas que han causado que las funciones que realizan dentro de la empresa no sea competitiva con otras empresas dedicadas a brindar el mismo servicio.

De la misma manera al analizar la siguiente pregunta que se realizó con respecto a qué tan importante es la capacitación a los empleados obtuvimos como respuesta que sería fundamental brindar capacitación a todo el personal de una empresa para obtener mejor desempeño laboral, tratándose de una empresa de servicios al cliente como lo es Eventos Morán cuyo objetivo es brindar un servicio de calidad dado que si no hay cliente no hay ventas y por lo consiguiente su economía no será del todo excelente, además el propietario ha trabajado de una forma empírica tanto él cómo sus colaboradores dando como resultados los problemas encontrados en esta investigación.

Finalmente lo que se muestra en la última pregunta de la entrevista acerca de cómo influye la mala atención al cliente en sus ingresos, es evidencia de muchos empresarios que al no llevar una correcta administración, planificación y estructura organizacional en su empresa provoca en sus ingresos una reducción, dada la situación expuesta es lo que ha sucedido en la empresa Eventos Moran; pero si bien es cierto en una empresa dedicada al servicio de catering además de lo antes mencionado es fundamental poder contar con un equipo capacitado, ya que a causa de una mala atención al cliente las oportunidades competitivas serán muy deficientes y en efecto esto provoca que los consumidores no opten por recibir el servicio que brinda la empresa.

CONCLUSIONES

A través de la ejecución del presente caso de estudio en el cual se han cumplido de manera exitosa y con total cabalidad los puntos requerido para la elaboración, donde se han visto reflejados los problemas existente en la empresa Eventos Morán, esta problemática ha dado como resultado que sus ingresos hayan disminuido, por lo cual se debe tomar en cuenta cuales son los factores que influyen en el bajo rendimiento, lo que ha ocasionado malestar a sus empleados afectando su desempeño laboral de todos los colaboradores de la empresa.

Por otra parte la empresa Eventos Morán en sus 10 años de creación no ha utilizado una organización que sea dirigida a sus funciones y esto ha obstaculizado que se pueda analizar con exactitud las carencias que se han encontrado en la investigación por la falta de preparación con respecto a la atención al cliente es decir los recursos que se han utilizado durante su funcionamiento no han sido los adecuados, provocando una inconformidad por parte de los clientes, de esta forma se ha podido determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades y poderlas mejorar para eliminar los problemas que se han producido.

De acuerdo con la entrevista realizada al propietario de Eventos Morán se pudo determinar que los empleados no han recibido una capacitación ignorando los beneficios que esta posee para que una empresa pueda funcionar con total normalidad, aún más cuando se trata de una empresa que brinda servicios al consumidor, esto hace que desde el punto de vista de los consumidores no sea favorable para la empresa y se puede evidenciar la falta de preparación en los resultados de sus ingresos a causa de las pocas contrataciones que han tenido en este periodo.

RECOMENDACIONES

Mejorar el servicio al cliente que la empresa ofrece, para poder lograrlo es importante identificar cuáles son los factores que producen que la atención al cliente se esté efectuando insatisfactoriamente ya que muchas veces esta situación provoca un ambiente laboral poco agradable y a su vez es producto de que haya una disminución en su rendimiento laboral, es decir el desempeño que debe realizar cada empleado dentro de la empresa será poco apropiado para la empresa y por esto que se debe identificar los problemas y de tal forma pueda ayudar a mejorar el servicio.

Aplicar herramientas que ayude a identificar las inconsistencias que provoca una mala atención al cliente, una de las herramienta que se puede implementar es un análisis que pueda visualizar las fortalezas y debilidades como lo es el FODA, ya que a través del análisis FODA se podrá optimizar las fortalezas y debilidades, dado que muchas empresas no implementan dicho análisis al inicio de su creación dando como resultado un desequilibrio dentro de sus funciones, este análisis no solo es utilizado para identificar los problemas, también ayuda a mejorarlos.

Brindar capacitación al personal encargado de otorgar el servicio, este beneficio es muy importante para el rendimiento de la empresa , ya que de ellos depende que los clientes se sientan satisfecho y acudan frecuentemente a recibir el servicio que ofrece Eventos Morán, de esta forma se estaría realizando una correcta gestión de sus funciones laborales logrando que su desempeño sea de una forma eficaz y eficiente, mejorando la productividad de la misma, además de brindar un servicio de calidad que esté respaldado por los consumidores.

REFERENCIAS

- Alarcon, V., Sarmiento, W., Mejía, J., Castaño, Á., Troncoso, A. (2020). Análisis de causas de ineficiencias en servicio al cliente. *Bilo*, 2(1), 2-5.
- Buentello, C., Valenzuela, N., Villarreal, V., & Gómez, L. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *GEON*, 22.
- Cano, I. S. (2019). *Calidad de atención al cliente*. Editex.
- Cevallos, E. (2018). Evaluación de la calidad del servicio: un paso más cerca de la objetividad. *San*
- Demarquet, M., & Chedraui, L. (2022). <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.67790> PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. *Res Non Verba*, 40-106.
- Ferrer, L., & Palomino, P. (2020). *Cómo evaluar y mejorar el servicio al cliente de su empresa: una guía de ayuda*. Union de editoriales universitarias españolas.
- López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Paraninfo.
- Mejías, A., Gutiérrez, H., Duque, D., D'Armas, M., & Cannarozzo, M. (2018). *Gestión de la Calidad: Una herramienta para la sostenibilidad organizacional*. Venezuela: ISBN Electrónico./
- Morocho, T., & Burgos, S. (2018). Calidad del servicio y satisfacción al cliente de la empresa Alpecorp S.A 2018. *Calidad del servicio y satisfacción al cliente de la empresa Alpecorp S.A 2018*, 22-39.
- Noboa, J., Barrera, G., & Rojas, D. (2019). RELACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL CON LA SATISFACCIÓN LABORAL EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN. *Ecociencia*, 6(1), 1-24.
- Obando, M. (2020). CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO Y PRODUCTIVIDAD: UNA REVISIÓN LITERARIA. *ECA*, 166-173.
- Ordoñez, F., & Zaldumbide, D. (2020). La calidad del servicio al cliente como ventaja. *Digital Publisher*, 4-15.
- Ortiz, J. L. (11 de Noviembre de 2020). Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>
- Pilligua, C., & Arteaga, F. (2019). El clima laboral como factor clave en el. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 1-25.
- Pineda, L. (20). Aproximación teórica al concepto de calidad y los sistemas de gestión. *SUMMA. Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas Y Sociales*, 44-45.

- Ramirez, E., Maguiña, M., & Huerta, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las. *Retos*, 331-341.
- Rojas, C., & Calderón, P. (2021). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. *E-IDEA*, 36-51.
- Terán, N., González, J., Ramirez, R., Palomino, G. (2019). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencias Latinas*, 1-14.
- Torres, O., Enríquez, J., & Vallejos, A. (2019). Atención al cliente: un análisis al servicio que brindan los restaurantes en la ciudad de Ibarra - Ecuador. *Artículo científico*, 1-14.
- Vizcaíno, A. d., & Sepúlveda, I. J. (2018). *Servicio al cliente e integración*. Guadalajara: D.R.

ANEXOS

Anexo 1

RUC de la empresa

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes
Apellidos y nombres MORAN VILLEGAS MARLON JAVIER		Número RUC 1204351108001
Estado ACTIVO	Régimen REGIMEN GENERAL	Artesano No registra
Fecha de registro 18/07/2011	Fecha de actualización 07/07/2021	
Inicio de actividades 18/07/2011	Reinicio de actividades No registra	Cese de actividades No registra
Jurisdicción ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO		Obligado a llevar contabilidad NO
Tipo PERSONAS NATURALES	Agente de retención NO	Contribuyente especial NO
Domicilio tributario		
Ubicación geográfica		
Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: CLEMENTE BAQUERIZO		
Dirección		
Calle: MALECON Número: S/N Referencia: JUNTO A LA PLAZA DEL ARTISTA		
Medios de contacto		
Celular: 0992313048 Email: moraneventos@hotmail.com		
Actividades económicas		
<ul style="list-style-type: none"> • I55100101 - SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PRESTADOS POR HOTELES. • N82300001 - ORGANIZACIÓN, PROMOCIÓN Y/O GESTIÓN DE EVENTOS COMO EXPOSICIONES COMERCIALES O EMPRESARIALES, CONVENCIONES, CONFERENCIAS Y REUNIONES, ESTÉN INCLUIDAS O NO LA GESTIÓN DE ESAS INSTALACIONES Y LA DOTACIÓN DE PERSONAL NECESARIO PARA SU FUNCIONAMIENTO. • L68200202 - ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO (LOCALES COMERCIALES). • C10500103 - ELABORACIÓN DE BEBIDAS A BASE DE LECHE, YOGURT, PASTEURIZADA, ESTERILIZADA, HOMOGENEIZADA Y/O TRATADA A ALTAS TEMPERATURAS. • I56100101 - VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES, INCLUSO PARA LLEVAR. 		
Establecimientos		
Abiertos	Cerrados	
1	1	
Obligaciones tributarias		
• 2011 DECLARACION DE IVA		
<p>i Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.</p>		
		1/2
www.sri.gob.ec		

Anexo 2

Entrevista aplicada al propietario de Eventos Morán

1. ¿Cómo propietario de eventos Morán cuál es su función dentro de la empresa?
2. ¿De qué forma usted se percató del problema que estaba presentando su negocio?
3. ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente que brinda Eventos Morán es la correcta?
4. ¿Les ha brindado capacitación a sus nuevos empleados?
5. ¿Cómo considera el clima laboral dentro de su empresa?
6. ¿Considera necesario capacitar al personal de su empresa?
7. ¿Cree usted que una mala atención al cliente influye en sus ingresos?

Anexo 3

Carta de autorización de la empresa

Babahoyo, 18 de Julio del 2022

Sr
Marlon Javier Morán Villegas
Propietario de Eventos Morán
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **Solanngge Ximena Terán Molina**, con cédula de identidad 1207988567, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo abril – septiembre 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi estudio de caso denominado **Calidad del servicio al cliente de la empresa eventos morán de la ciudad de Babahoyo periodo 2021** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente

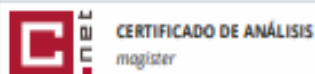


Solanngge Ximena Terán Molina
1207988567



Anexo 4

Informe antiplagio



Caso de estudio calidad de atención al cliente

9% Similitudes

1% Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas

< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Caso de estudio-Solanngge Terán Molina.docx
Tamaño del documento original: 45,65 ko
Autor: Solanngge Terán Molina

Depositante: Solanngge Terán Molina
Fecha de depósito: 11/8/2022
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 11/8/2022

Número de palabras: 6679
Número de caracteres: 41.675

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.redalyc.org https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/409659500007.pdf 1 fuente similar	4%		Palabras idénticas: 4% (243 palabras)
2	ruidera.ucm.es https://ruidera.ucm.es/emlia/bitstream/handle/10578/29812/Guia_Como_evaluar.pdf?sequence=1	2%		Palabras idénticas: 2% (112 palabras)
3	dSPACE.ups.edu.ec https://dSPACE.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19371/1/rev_n20_Ramirez-Asis_Maguila-Palma_Huert...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (59 palabras)
4	www.atcom.cl Importancia de la atención al cliente https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (42 palabras)
5	blog.hubspot.es La importancia del servicio al cliente para tu negocio https://blog.hubspot.es/servicio/importancia-servicio-cliente	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	dSPACE.utb.edu.ec https://dSPACE.utb.edu.ec/bitstream/49000/11159/3/E-UTB-FAFI-ING-COM-000762.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
2	MONSERRATE MONAR NOEMI MARISOL.docx SATISFACCIÓN AL CLIENTE D... #114827 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
3	repositorio.uta.edu.ec https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33495/1/128_GTH.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
4	dSPACE.uniandes.edu.ec https://dSPACE.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8808/1/PLUAETH003-2018.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 <https://doi.org/10.21855/resonverba.v12i1.67790PERCEPCIÓN>