



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

EXAMEN COMPLEXIVO O FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

CALIDAD DE SERVICIO EN EL ABASTECIMIENTO DE LA EMPRESA

ENVASADORA AGUA CALUMA EN EL PERIODO 2023

ESTUDIANTE:

ANDERSON PAUL BONILLA GARCÍA

TUTOR:

ING. GINA CARRASCO ECHEVERRÍA, PhD.

ABRIL 2024 – AGOSTO 2024

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	III
ABSTRACT.....	IV
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
2. JUSTIFICACIÓN.....	7
3. OBJETIVOS.....	8
4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	9
5. MARCO CONCEPTUAL.....	10
6. MARCO METODOLÓGICO.....	22
7. RESULTADOS.....	24
8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	27
9. CONCLUSIONES.....	29
10. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS.....	35

RESUMEN

La calidad de servicio son actividades orientadas a optimizar el servicio al cliente y el vínculo entre el consumidor y la marca. Es considerada un elemento diferencial competitivo, pues sin una buena calidad de servicio sería imposible tener buenas relaciones comerciales, aspecto que es sustancial para el crecimiento de cualquier negocio. El objetivo principal de la investigación es evaluar la calidad de servicio en el abastecimiento de la empresa Envasadora Agua Caluma durante el periodo 2023, ejecutando procesos investigativos para el mejoramiento del entorno empresarial. El método seleccionado fue “Aproximación Metodológica”, pues este contiene un diseño relacionado con la investigación descriptiva, cuyo trabajo de campo se sustenta en el contacto directo con las fuentes primarias de investigación. Las técnicas utilizadas fueron: encuesta y entrevista, se utilizó un cuestionario de encuesta y guía de entrevista. Con base en los resultados de la investigación se concluye que la satisfacción de los clientes se encuentra en un nivel adecuado, esto evidencia que la empresa ha logrado una percepción positiva en la mayoría de sus clientes. No obstante, existen aspectos que se deben mejorar en el servicio, como la atención prestada por los colaboradores, inconvenientes con la cadena de suministro, entre otras.

Palabras claves: abastecimiento, atención, calidad, servicio, distribución, cliente.

ABSTRACT

Service quality are activities aimed at optimizing customer service and the link between the consumer and the brand. It is considered a competitive differential element, since without good quality of service it would be impossible to have good commercial relations, an aspect that is substantial for the growth of any business. The main objective of the research is to evaluate the quality of service in the supply of the company Envasadora Agua Caluma during the period 2023, executing investigative processes to improve the business environment. The selected method was “Methodological Approach”, since it contains a design related to descriptive research, whose field work is based on direct contact with primary research sources. The techniques used were: survey and interview, a survey questionnaire and interview guide were used. Based on the results of the research, it is concluded that customer satisfaction is at an adequate level, this shows that the company has achieved a positive perception among the majority of its customers. However, there are aspects that must be improved in the service, such as the attention provided by collaborators, problems with the supply chain, among others.

Keywords: attention, supply, quality, service, distribution, customer.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa Envasadora Agua Caluma, fue fundada en el año 2005, por su propietario Sr Fausto Bonilla Calero con RUC: 0201025087001, la entidad se encuentra ubicada en el cantón Caluma, barrio el Paraíso vía a Guaranda. Se dedica al proceso de purificación y embasamiento de agua, ofreciendo una amplia gama de presentaciones para satisfacer diversas necesidades del mercado. Los productos que se distribuyen botellones de 20L, botellas de 1L y 500ml, galones de 4L, y fundas de 4L y 500ml. La empresa es clave en la producción de agua purificada, destacándose por sus altos estándares con la calidad y la seguridad de sus productos. Utiliza tecnologías avanzadas de purificación para asegurar que el agua cumpla con los más altos estándares sanitarios. Sin embargo, a pesar de su éxito y crecimiento, Envasadora Agua Caluma enfrenta diversas problemáticas:

La inconsistencia en la distribución se da principalmente por factores internos y externos de la empresa. Los problemas internos que suceden a menudo son por la escasez de producto, daño en el transporte; y externos, como la condición de la vía en ruta, desastres naturales, colisión de vehículos. Estas causas hacen que se presente inconvenientes en la distribución. Además, la falta de sincronización entre el inventario y las necesidades de distribución empeora el problema. Esto resulta en una mala administración de los tiempos de entrega y puede ocasionar insatisfacción al cliente.

En cuanto a los proveedores se observa una situación problemática relacionada con la eficiencia en el cumplimiento. Esto se manifiesta en retrasos en la entrega de materias primas, productos de calidad inferior a la esperada (en cuestión a los envases, etiquetas, tapas, entre otros) o falta de respuesta ante las necesidades específicas de la empresa. Estos proveedores ineficientes afectan negativamente la capacidad productiva lo que ocasiona interrupciones en sus operaciones de manera fluida y cumplir con los estándares de calidad exigidos por sus

clientes. La falta de compromiso y comunicación por parte de los proveedores también agrava estos problemas.

Con respecto al personal inexperto, se debe por la falta de experiencia y capacitación adecuada del personal de Agua Caluma en las áreas clave de su operación, como la producción y distribución que son puntos en lo que respecta a productividad. La constante rotación de personal hace que la capacidad productiva se vea afectada y que a la vez resultan en errores, bajos niveles de producción y problemas para cumplir con los lineamientos de la empresa. El poco conocimiento técnico puede llevar a un uso incorrecto de las máquinas y herramientas. Estas causas harán que presente deficiencia en la producción y en los costos que concierne al proceso.

En lo que concierne al incumplimiento en los plazos de entrega se debe a problemas en la producción, presenta proveedores ineficientes o problemas logísticos en la distribución. Estos retrasos generan insatisfacción entre los clientes, costos adicionales para la empresa y afectar su competitividad en el mercado. Otros de los aspectos que afectan en la entrega son los siniestros que pueden presentarse en la vía como colisiones, clima, obstaculización vehicular entre otros. La falta de comunicación eficaz entre los diferentes departamentos también puede causar estos retrasos.

De igual forma, la producción enfrenta situaciones en la que no se puede generar la cantidad de producción establecida, estos problemas se dan por fallas en las máquinas de operaciones, escasez de envases para la producción, personal sin experiencia causa bajo niveles en la productividad, otro problema es que presenta inconsistencias con las fuentes de energía eléctrica, inconvenientes con la compresión de aire, por lo cual estos sucesos causan una pérdida de tiempo al momento de la producción establecida. Las paradas no planificadas de las máquinas también contribuyen a la baja producción.

2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfoca en analizar diversos factores que afectan al entorno general de la empresa, provocando bajos índices de productividad, pérdida de tiempo y dinero, e insatisfacción en los clientes. Estos problemas generan inconvenientes que no solo dificultan la actividad comercial de la empresa, sino que también se reflejan en una disminución de las ventas y, por consiguiente, en la solvencia económica. Es fundamental reconocer y comprender estos componentes es esencial para afrontar los problemas fundamentales de estos factores y crear estrategias positivas para disminuir, asegurando así una operación más segura y productiva.

Este trabajo permitió identificar los problemas que aquejan directamente a la empresa y que han originado las situaciones mencionadas, incluyendo la baja eficiencia en la productividad. Al comprender las causas subyacentes, se buscarán y recomendarán las correcciones necesarias para mejorar estas problemáticas. Además, la investigación se enfocará en establecer métodos preventivos para evitar la recurrencia de estos problemas. La investigación no solo se enfocará en resolver los problemas actuales, sino también en establecer una base para la optimización continua y el aumento del rendimiento de la entidad a largo plazo.

De este modo, se beneficiarán directamente el gerente propietario y sus colaboradores de la empresa Envasadora Agua Caluma, estas recomendaciones facilitarán una mejor toma de decisiones. Las mejoras sugeridas dependerán de la capacidad económica de la empresa para invertir y del tiempo que los responsables puedan dedicar a implementar las soluciones. Estas acciones permitirán una gestión más eficiente, contribuyendo a la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el futuro, mejorando así su competitividad en el mercado.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar la calidad de servicio en el abastecimiento de la empresa Envasadora Agua Caluma durante el periodo 2023, ejecutando procesos investigativos para el mejoramiento del entorno empresarial.

Objetivos específicos

1. Determinar la satisfacción del cliente mediante encuestas para obtener resultados de las falencias existentes de la calidad en los servicios del abastecimiento
2. Identificar los procesos logísticos mediante la aplicación de una entrevista para la determinación del nivel de eficacia en la cadena de suministro.
3. Recomendar acciones que permitan el mejoramiento óptimo en los procesos de calidad.

4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El estudio de caso titulado "Calidad de servicio en el abastecimiento de la empresa Envasadora Agua Caluma en el periodo 2023" es una valoración de la situación operativa de la empresa. Se consideran diversas causas como la inconsistencia en los plazos de entrega, deficiencias en la producción e incumplimiento de los proveedores. El objetivo es evaluar las técnicas y procedimientos utilizados en el proceso de abastecimiento, que es esencial para la satisfacción del cliente y la continuidad del negocio. Este estudio se relaciona con la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, y se enmarca en la sublínea Empresas e instituciones públicas y privadas.

Hay una relación inmersiva entre las actividades propias de la empresa Envasadora Agua Caluma y la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, esto se debe a que es una empresa orientada a la elaboración y entrega de agua envasada, un bien esencial para las personas. Las acciones de esta empresa implican un control adecuado en los procesos de producción y distribución, donde la calidad es un factor fundamental para brindar un buen servicio, es fundamental para cumplir con los lineamientos establecidos y las expectativas de los clientes. En este sentido, la gestión de la cadena de suministro es esencial para alcanzar los objetivos de la organización.

Este caso de estudio se enmarca dentro de la sublínea Empresas e instituciones públicas y privadas, la variable de interés es la calidad del servicio en el abastecimiento. Es un procedimiento que implica la coordinación de recursos y personal para garantizar que el suministro de productos sea capaz y perdurable. El objetivo del estudio es proponer recomendaciones orientadas a la optimización de los procesos y mejora en la calidad del servicio, asegurando así el cumplimiento de las metas y la satisfacción de los clientes.

5. MARCO CONCEPTUAL

Contextualización de la empresa envasadora Agua Caluma

La empresa Envasadora Agua Caluma, se encuentra ubicada en el Cantón Caluma, perteneciente a la provincia de Bolívar, en el barrio Paraíso vía a Guaranda, cuya actividad principal es la purificación y envasado de agua en botellones, galones, fundas y botellas. La empresa nació en el año 2005 como un emprendimiento familiar encaminado a las actividades de embotellado de agua para consumo humano.

Es administrada por su propietario el Sr Fausto Bonilla Calero con RUC: 0201025087001 y actualmente brinda empleo a un importante número de personas. Con el paso de los años la empresa se ha consolidado como un proveedor clave en la industria de agua purificada, destacándose por su compromiso con la calidad y seguridad de sus productos en los que se incluyen botellones de 20L, botellas de 1L y 600ml, galones de 4L, y fundas de 4L y 500ml.

Su misión es ser una empresa dedicada al desarrollo y producción de agua embotellada, generando una ventaja competitiva y bienestar para los clientes, trabajadores, socios y sociedad en general. Mientras que su visión consiste en para el 2025 ser una de las mejores plantas de la provincia y del país, con el apoyo de su talento humano que son profesionales capacitados con la calidad y servicio al cliente para brindar a la sociedad productos de alta gama y así satisfacer sus necesidades.

Es crucial destacar que la empresa se ha distinguido de su competencia al utilizar tecnologías avanzadas de purificación para asegurar que el agua cumpla con los más altos estándares de calidad. No obstante, a pesar de sus logros y expansión, Envasadora Agua

Caluma enfrenta diversas situaciones relacionadas a la calidad de servicio, a pesar de que esta sea una de sus principales prioridades para lograr la satisfacción a sus clientes.

Calidad de servicio

Reyes y Véliz (2021) definen a la calidad de servicio como un “elemento estratégico por medio del cual las empresas están forzadas a obtener un factor diferenciador, convirtiéndose en el pilar para la supervivencia y crecimiento de las organizaciones ya desean estas públicas o privadas” (p. 573). Para Silva et al., (2021) trata de una serie de actividades orientadas a optimizar el servicio al cliente y el vínculo entre el consumidor y la marca. Es considerada un elemento diferencial competitivo, pues sin una buena calidad de servicio sería imposible tener buenas relaciones comerciales, aspecto que es sustancial para el crecimiento de cualquier negocio.

La calidad de servicio se la puede definir como la práctica de una organización para comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, brindándoles un servicio accesible, adecuado, flexible, útil, seguro y confiable, incluso en situaciones imprevistas o errores. Esto asegura que los clientes se sientan comprendidos y bien atendidos, superando sus expectativas, generando mayores ingresos y reduciendo costos para la organización. (López, 2018, pág. 6)

Cardozo (2021) revela que es fundamental que en las empresas se efectúen estrategias que contribuyan a brindar servicios de calidad, de lo contrario esto puede deteriorar la imagen de la organización; en virtud de que, el cliente no solo busca un buen precio sino que también demanda de una excelente atención, ambiente acogedor, trato empático, rapidez en el servicio, seguridad, en otros aspectos, esta es la razón por lo que es indispensable que exista calidad en el servicio. Por lo tanto, es esencial que la empresa Envasadora Agua Caluma efectúe las

gestiones necesarias para ofrecer un servicio de calidad de manera que se pueda satisfacer a los clientes, situación que impacta de forma positiva en la rentabilidad e imagen de la organización.

Importancia de la calidad en la industria de envasado de agua

Arce (2021) con respecto a la calidad menciona que se trata de un “Conglomerado de características de un producto o servicio que cumple con las necesidades y expectativas del cliente” (p.21). Por lo tanto, esta es muy importante ya que sin ella sería imposible satisfacer a los clientes y obtener una ventaja competitiva. Merchán (2023) releva que, la calidad constituye es un elemento muy significativo para las empresas de envasado de agua porque a través de ellas se garantiza que el producto sea seguro para el consumo y que cumpla con todos los lineamientos sanitarios y se brinde una atención de calidad. Es decir que, es necesaria para proteger la salud de los consumidores y optimizar la confianza de los clientes y reputación de la marca.

Las empresas dedicadas a purificación y envasado de agua no solo deben enfocarse en ofrecer calidad en el producto que están vendiendo, sino que también es importante y necesario que se brinde una buena calidad en el servicio al cliente lo cual es crucial para tener una buena aceptación en el mercado, los consumidores recomienden el producto, aumentar la lealtad de los clientes, entre otros aspectos. En un entorno competitivo como lo es la industria de envasado de agua, la calidad se convierte en un factor clave que puede determinar el éxito de las mismas a largo plazo. (Jinez y Bravo, 2023)

La inclinación del consumidor hacia el agua embotellada se enfoca en diversos aspectos entre ellos se encuentran: la calidad del producto y del servicio; por esta razón, es necesario cumplir con todos los requerimientos para que el producto tenga todas las características para superar las expectativas del cliente y que el personal ofrezca un servicio de calidad, donde se

comprende las necesidades de los consumidores y se resuelvan sus problemas de manera oportuna. (Quizhpe, 2020)

Aspectos clave de la calidad de servicio

Para Arribasplata y Quiroz (2023) los componentes relativos de la calidad de servicio son: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. A continuación, se describen cada uno de ellos:

- **Tangibilidad:** hace referencia al estado en el que se hayan las instalaciones físicas de la empresa. Es decir, se trata de la parte visible y perceptible de la oferta de servicio que revelan al cliente al consumidor la naturaleza y calidad de servicio. (p.25)
- **Fiabilidad:** destrezas para llevar a cabo el servicio acordado con precisión y seguridad. Dicho de otra forma, se refiere al grado de exactitud del servicio con lo prometido. (p.25)
- **Capacidad de respuesta:** Disposición y apoyo que se le brinda al cliente en el momento deseado. Se refiere a la voluntad del talento humano para responder a sus inquietudes. (p.26)
- **Seguridad:** este factor es muy importante porque hace mención a la competencia, cortesía, preparación y atención que prestan los colaboradores de la empresa al cliente. En otras palabras, es la percepción del servicio y la cortesía que se brinda, además de un buen trato de los empleados. (p.26)
- **Empatía:** Capacidad de sentir las emociones del cliente, atender las necesidades y preocupaciones individuales. (p.26)

Los factores mencionados son indispensables para que haya calidad de servicio en una empresa y así los clientes se encuentren satisfechos con su experiencia de compra. Sin embargo, estas variables no son totalmente consideradas por la empresa estudiada, ya que los clientes no se hayan satisfechos con la calidad de Atención prestada por lo colaboradores afectando la imagen de la organización.

Indicadores de Calidad de Servicio en el Abastecimiento

Según Flores (2022) la calidad de los servicios es un factor que puede resultar difícil de medir, escenario que no ocurre con la calidad de los productos que puede ser medida objetivamente haciendo uso de indicadores como duración o número de defectos y otros. Existen diversas métricas que contribuyen a evaluar la calidad de servicio en el abastecimiento tales como: satisfacción de los clientes, cumplimiento normativo, percepción de servicios, tiempo de entrega y accesibilidad del producto.

Por otro lado, el modelo SERVQUAL utilizado para medir la calidad de servicio en una organización considera los siguientes indicadores como: la accesibilidad, comunicación, competencia, cortesía, credibilidad y confianza, la capacidad de respuesta, rapidez, seguridad, la tangibilidad, comprensión de las necesidades del cliente, atención personalizada, capacidad para satisfacer y responder a las quejas de los clientes, satisfacción de los empleados, entre otros. (Rodríguez, 2022)

Normativas y estándares para determinar la calidad del agua

Para determinar la calidad del agua es necesario seguir diversas normativas, una de ellas es la Norma Técnica Ecuatoria (INEN) 1108, la cual establece los requisitos que debe cumplir el agua potable para el consumo humano en Ecuador, esta es aplicable a los sistemas de abastecimiento públicos y privados a través de redes de distribución y tanqueros. La normativa

determina los parámetros tanto fisicoquímicos y microbiológicos que debe cumplir el agua para garantizar que sea segura y apta para su uso. (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2014)

Entre los parámetros fisicoquímicos se incluyen un pH entre 6.5 y 8.5, turbidez máxima de 5 UTN, cloro residual libre entre 0.3 y 1.5 mg/L, TDS hasta 500 mg/L, y límites específicos para metales pesados como arsénico, plomo y mercurio. Otros especifican un color máximo de 15 unidades, ausencia de olor y sabor objetable, y límites para nitratos (50 mg/L), nitritos (3 mg/L) y compuestos orgánicos volátiles como benceno y cloroformo. Para mayor detalle de los requisitos de calidad del agua potable véase el anexo 1. (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2014)

Otra normativa para determinar la calidad del agua es emitida por la Agencia de Regulación y Control del Agua (ARCA) en Ecuador (Regulación Nro. DIR-ARCA-RG-012-2022), la cual establece directrices específicas para la gestión y control de la calidad del agua en el país. Esta normativa es fundamental para asegurar el suministro de agua potable segura y de alta calidad, promoviendo así la salud de la sociedad, en ella se hayan parámetros estrictos para el tratamiento y además la misma promueve el uso de tecnologías avanzadas y métodos científicos para su correcto monitoreo y tratamiento. (Agencia de Regulación y Control del Agua, 2022)

Teoría de las expectativas y percepciones del cliente

La teoría de las expectativas del cliente es aquella que sostiene que los clientes escojan un producto o servicio basándose en sus expectativas sobre los beneficios y recompensas que obtendrán al adquirirlo. Una vez que el cliente posee el producto o servicio en sus manos procede a comparar las expectativas que tenía sobre el mismo con el desempeño real; es decir con la experiencia al usarlo, evaluándolo ya sea de forma positiva, cuando es mejor de las expectativas que tenía o negativa cuando es peor. (Hernández et.al, 2022)

Siavichay et al., (2023) menciona que las expectativas y percepciones son los reconocimientos que tienen los consumidores con relación al servicio recibido. La teoría de las expectativas y percepciones del cliente se trata de un fundamento teórico empleado por los profesionales en gestión de servicios con el propósito de entender y optimizar la satisfacción de los clientes o consumidores. Se fundamenta en que la satisfacción es consecuencia de la comparación de las expectativas sobre el servicio y percepción real obtenida mediante la experiencia recibida.

Modelo de la cadena de servicios- Ganancia

El modelo de la cadena de servicios nació en la década de los 90, el cual determina un vínculo directo entre la calidad del servicio, fidelidad del cliente y desempeño financiero, variables que contribuyen al crecimiento empresarial. Es decir que el enfoque atribuye los resultados financieros y comerciales de una empresa a las relaciones con sus clientes y talento humano. Por lo tanto, la cadena de servicios se haya estrechamente enlazada con la manera en la que se presta el servicio al cliente. (Llano, 2023)

En la misma línea, Ortega (2023) revela que la cadena de servicio es un enfoque que evidencia como la calidad del servicio interno de las empresas participa con otros elementos para incidir en el crecimiento de ingresos y rentabilidad. El objetivo principal del modelo es brindar experiencias inigualables que impulsen la lealtad y crecimiento. Esta cadena ayuda a los administradores a definir cuáles son los componentes significativos para incrementar tanto la rentabilidad como la expansión de los negocios. Por esta razón es muy importante una adecuada cadena de servicio-ganancia, para aquello es necesario considerar lo siguiente:

- Desarrollar una sólida capacidad de liderazgo que motive a los colaboradores

- Asegurarse que el personal cuente con todas las herramientas y capacitación para ofrecer un servicio de calidad.
- Crear un ambiente agradable de trabajo para que los empleados se sientan motivados y puedan ofrecer un buen servicio.
- Establecer relaciones sólidas para fidelizar a los clientes
- vigilar constantemente los indicadores para estimar el rendimiento financiero de la empresa. (párr.10-15)

Proceso de abastecimiento y su impacto en la calidad

El proceso de abastecimiento abarca una serie de actividades encaminadas a adquirir los insumos necesarios para mantener sus operaciones apropiadamente. Posee un impacto directo en el inventario, productividad y calidad del producto o servicio, ya que buen proceso permite a la empresa ser más flexible y responder rápidamente a cambios en la demanda de los consumidores y producir lo necesario. Las organizaciones dedicadas a la comercialización hacen uso de procedimiento de abastecimiento para crear su red de proveedores (Jonker, 2023). En resumen, las actividades de abastecimiento pueden tener un impacto significativamente en el costo, calidad y la disponibilidad de los productos y servicios de un negocio.

Para López (2022) menciona que en el proceso de abastecimiento abarcan las siguientes tareas: estimación de las necesidades, compra o adquisición, almacenamiento, distribución, gestión de desperdicios. Es muy importante ya que mediante él es posible la obtención oportuna, en cantidad adecuada y con la calidad necesaria de los recursos que una empresa necesita para llevar a cabo sus actividades eficientemente; de igual manera, permite la producción de los productos o servicios demandados por sus clientes.

Este proceso es muy importante para ofrecer un servicio de calidad, puesto que si no se tienen a disposición los recursos necesarios para producir y así cubrir la demanda de los clientes esto puede generar dificultades como, retrasos en la producción y entrega del servicio, escenario que impacta negativamente en la satisfacción del consumidor, ya que al no ser satisfecha su necesidad se forma una imagen desfavorable de la empresa condicionando su fidelización (López H. , 2022).

Por lo tanto, es fundamental que la organización Envasadora Agua Caluma lleve a cabo un buen proceso de abastecimiento, de manera que se puedan entregar un producto y servicio de calidad y así evitar las diversas quejas de consumidores que han tenido problemas con la entrega del producto.

Relación con proveedores

Lindao y Centeno (2022) indica que un proveedor es la “persona o empresa que suministra productos o servicios para otra, Son un elemento clave para la cadena de suministro y para la que la compañía pueda llevar a cabo sus operaciones con normalidad” (p.7). Por su lado, Pazmiño (2019) expone que poseen un rol muy significativo en los procesos de aprovisionamiento, ya que son responsables directos del ciclo de compras. Además de proveer bienes y servicios necesarios para la producción, también son una valiosa fuente de información de mercado. Por esta razón, deben ser vistos como socios estratégicos dentro de la organización.

Debido a la importancia que tienen los proveedores para el desarrollo de las actividades de una compañía, es fundamental establecer una saludable relación con los mismos; de lo contrario, la operatividad y calidad de los servicios pueden verse deteriorados; en virtud de que el vínculo deficiente con ellos puede resultar en productos y servicios de menor calidad, lo que perjudica la reputación de la compañía. La construcción de relaciones robustas e interactivas con proveedores es elemental para mejorar la productividad, rendimiento y resultados finales

de la empresa (Rendón et. al, 2022). De esta manera, es imprescindible que Envasadora Agua Caluma efectúe las acciones necesarias para tener adecuados vínculos con los proveedores para así brindar un servicio de calidad y la imagen de la empresa no se vea perjudicada.

Medición de la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es aquella que evidencia en qué medida una organización lograr atender las expectativas o necesidades del consumidor, antes, durante o posterior de la compra. En otras palabras, la satisfacción hace referencia al grado de contentamiento que un producto/servicio brindó a un usuario una vez que lo haya utilizado. En ella intervienen diversas variables entre las principales se pueden mencionar: marca, calidad, rendimiento, expectativas, experiencia, entre otras. (Pérez & Quijije, 2023, p. 14)

Estimar la satisfacción del cliente es una actividad crucial de las organizaciones ya que mediante dicho proceso podrán mejorar sus productos, así como el servicio que proporcionan a sus clientes, el escenario descrito es ideal para alcanzar la satisfacción. En un mundo tan competitivo, ser una organización centrada en el cliente no es una alternativa, sino que más bien ha pasado a ser una necesidad. Para medir la satisfacción se emplean diversas herramientas una de ellas es la encuesta, seguida del registro de quejas y reclamaciones que han realizado los mismos. (Calvo y Landa, 2019)

Existen diversos beneficios que se generan a partir de medir la satisfacción del cliente, por este motivo es crucial que la empresa Envasadora Agua Caluma, realice mediciones frecuentes de la misma para conocer el impacto que ha tenido el producto y servicio que prestan los colaboradores, de esta manera se podrá evaluar la calidad del mismo y realizar mejoras contribuyendo así a satisfacer completamente las necesidades de los clientes y obtener una ventaja competitiva que logre diferenciar de la competencia. En la actualidad los diversos

problemas en cuanto a la distribución del producto por parte de la empresa han afectado la satisfacción de los consumidores.

Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente

Las estrategias para mejorar la satisfacción se tratan de un conjunto de actividades orientadas a obtener niveles altos de satisfacción y a través de aquello resaltar de la competencia. Entre las principales estrategias se pueden mencionar: Conocer y analizar qué es lo que buscan los clientes, mantener relaciones sólidas, fomentar una comunicación eficiente para que el consumidor pueda expresar sus necesidades, optimizar el tiempo de respuesta, brindar experiencias individualizadas, tomar decisiones estratégicas basadas en datos, mejorar la reputación de la marca, entre otras. (Rubio, 2023)

Miranda et al., (2021) exponen que son diversas las estrategias que se usan para optimizar la satisfacción, una de las más importantes se trata de conocer al cliente, cuáles son sus gustos, preferencias, necesidades para a partir de aquello realizar mejoras ya sea en el producto servicio que oferte la empresa. Para tener conocimiento sobre el cliente se pueden efectuar encuestas y estudios de mercado. Otra de las estrategias que da excelentes resultados es capacitar al personal, esto con la finalidad de que el mismo pueda brindar el mejor servicio, entender al cliente y reponer todas sus inquietudes y ofrecer soluciones.

Es natural desear tener el mejor producto y lograr una amplia visibilidad, pero no hay que olvidar que el factor clave para el buen funcionamiento de tu empresa son los clientes. La razón por la cual la satisfacción de los clientes es tan crucial es porque ellos pueden influir positiva o negativamente en la reputación de tu marca, tanto de manera directa como indirecta (Alay , 2023). Por lo tanto, la implementación de estrategias pertinentes es clave para lograr su satisfacción. Es así que es necesario que la empresa envasadora Agua Caluma desarrolle

actividades que logren mitigar la insatisfacción que evidencian los consumidores por la inadecuada calidad de servicios percibida.

Desempeño laboral

El desempeño laboral se trata del rendimiento que posee una persona cuando desarrolla las distintas actividades que le son asignadas en su lugar de trabajo. Mediante este indicador es posible estimar si es adecuado para ocupar el puesto de trabajo. Implica la eficacia, calidad y eficiencia del trabajo, y ayuda a valorar la contribución del talento humano a la empresa, en virtud de que cada colaborador representa una inversión es esencial que su rendimiento sea relevante. Esta variable es utilizada por el área de recursos humanos para tener conocimiento sobre cómo se desempeña un sujeto en su rol y como aporta a la organización. (Mora, González, et. al, 2024, pág. 37)

Es decir que, el desempeño del personal en su área de trabajo es esencial para llevar con normalidad las operaciones de la empresa y brindar un servicio de calidad. Sin embargo, en la empresa envasadora de Agua Caluma, el rendimiento de los colaboradores no es el adecuado sobre todo en las áreas de producción y distribución; esta es una de las razones por las que la organización enfrenta dificultades en cuanto a la calidad en sus servicios. La constante rotación de personal hace que disminuya la capacidad productiva y que a la vez existan errores, bajos niveles de eficiencia y dificultades para cumplir con los estándares de la empresa.

6. MARCO METODOLÓGICO

Método

En el estudio de caso actual se seleccionó la “Aproximación Metodológica” como método específico de investigación científica, pues este contiene un diseño relacionado con la investigación descriptiva, cuyo trabajo de campo se sustenta en el contacto directo con las fuentes primarias de investigación, para entender los sucesos de manera objetiva. Es importante manifestar que este método guarda una relación directa con la problemática del estudio, a partir de lo cual se desprenden sus demás componentes, para entender las causas y consecuencias del mismo.

Técnicas

Las técnicas empleadas para obtener información de los participantes en el estudio son: encuesta y entrevista, la primera se realizó a los clientes con el fin de conocer cuales es su percepción respecto a la satisfacción al momento de adquirir el producto por parte de la empresa envasadora Agua Caluma, identificando así los factores críticos que intervienen en la variable investigada. La entrevista fue útil para conocer el criterio del personal que forma parte de la empresa en la cual se realiza el presente estudio de caso, respecto a la identificación de los procesos logísticos para la determinación del nivel de eficacia en la cadena de suministro.

Instrumentos

Para llevar a cabo la encuesta se utilizó un cuestionario con ocho preguntas, mismas que cuentan con opciones múltiples para obtener un criterio cualitativo amplio respecto a la satisfacción de los clientes. Mientras que, para la segunda técnica, se empleó una guía de entrevista con ocho preguntas elaboradas de manera semiestructurada (abiertas y cerradas) para tener una perspectiva holística del tema abordado.

Población

La población de clientes de la empresa Envasadora Agua Caluma del cantón Caluma es de 57, los cuales hacen del consumo de los productos con determinada constancia. Esta información fue entregada por parte de la gerencia de la institución.

Muestra

$$n = \frac{\frac{z^2 p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

N= tamaño de la población

p= probabilidad a favor

e= margen de error

Cálculo:

$$n = \frac{\frac{1.96^2 0.5(1-0.5)}{0.05^2}}{1 + \left(\frac{1.96^2 0.5(1-0.5)}{0.05^2 1.96}\right)}$$

$$n = \frac{384.16}{7.7396}$$

$$n \approx 49.63$$

El tamaño de la muestra es 50 personas para la respectiva encuesta.

7. RESULTADOS

Tabla 1

Frecuencia de consumo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	6	12%
Semanalmente	25	50%
Quincenalmente	9	18%
Mensualmente	4	8%
Otra frecuencia	6	12%
Total	50	100%

Nota. Información sobre la frecuencia de consumo de clientes de Envasadora de Agua Caluma.

Tabla 2

Frecuencia de inconvenientes en la cadena de suministro

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	8%
Casi siempre	11	22%
A veces	26	52%
Rara vez	5	10%
Nunca	4	8%
Total	50	100%

Nota. Detalles sobre la frecuencia de problemas en la cadena de suministro, basado en la encuesta a clientes de Envasadora de Agua Caluma.

Tabla 3*Calificación de calidad del servicio*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	6%
Muy buena	10	20%
Buena	21	42%
Regular	12	24%
Deficiente	4	8%
Total	50	100%

Nota. Datos obtenidos sobre la calidad del servicio a clientes de la empresa Envasadora de Agua Caluma.

Tabla 4*Nivel de satisfacción de los clientes*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	10	20%
Satisfecho	24	48%
Ni satisfecho ni insatisfecho	8	16%
Insatisfecho	3	6%
Muy insatisfecho	5	10%
Total	50	100%

Nota. Datos de satisfacción de clientes de la empresa Envasadora de Agua Caluma.

Resultados de entrevista

Tabla 9

Resultados de entrevista a administrador de la Empresa Envasadora de Agua Caluma

Orden	Preguntas	Respuestas
1	¿Cómo se realiza la logística en la cadena de suministro?	Lo primero es establecer la demanda, luego acordar la fecha y hora de entrega. Posteriormente se acude a la planta al respectivo llenado y se procede a entregar el producto a los a los clientes.
2	¿Qué métricas utilizan para medir la eficacia de la cadena de suministro?	El nivel de servicio al cliente, ciclo de tiempo del pedido, exactitud de inventario y tasa de cumplimiento.
3	¿Cómo realizan el pronóstico y planificación de la demanda?	Por medio de análisis de datos históricos y colaboración con ventas y marketing.
4	¿Qué sistemas y métodos utilizan para la gestión del inventario?	Por medio del método Justo a Tiempo (JIT), análisis ABC y reabastecimiento automático.
5	¿Cómo seleccionan y gestionan a sus proveedores?	Evaluamos los precios y calidad de los componentes que necesitamos para agregar a nuestro producto (el agua), además consideramos la seriedad en los plazos de entrega.
6	¿Qué tecnología usan para la gestión de almacenes y materiales?	Actualmente se utiliza un software que ayuda al conteo de existencias en materiales e inventario.
7	¿Cómo optimizan el transporte y las rutas de distribución?	Mediante al análisis de rutas y consolidación de carga.
8	¿Cómo gestionan los riesgos y planes de contingencia en la cadena de suministro?	Identificando los riesgos y diversificando los procesos de abastecimiento.

Nota. Datos obtenidos de la entrevista al administrador de la empresa de Agua Caluma.

8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de la encuesta presentan estos principales hallazgos: el 50% de los clientes consumen el producto con una frecuencia semanal, respecto a la percepción que tienen de la atención recibida por parte de los colaboradores de la empresa de Agua Caluma, el 44% indicó que es muy buena; sin embargo, existe un importante porcentaje (18%) que considera que la atención es regular, lo cual debe ser observado porque implica que hay ajustes que realizar para que aquellos clientes cambien de percepción. En la pregunta sobre la frecuencia con la que tenían inconvenientes en la cadena de suministro, el 52% indicó que a veces se presentaban dificultades en la entrega del producto, lo cual está dentro de los límites razonables pues hay factores imponderables que ya no depende de la empresa.

Por otro lado, se consultó sobre el trato que los clientes reciben por parte de los empleados de la empresa de Agua Caluma, el 50% manifestó que es bueno, lo cual es un aspecto positivo; pero no se puede dejar sin analizar el 2% que indicó recibir un tratado inadecuado, pues el objetivo de la empresa es tener una percepción negativa que se encuentre en el 0%. En la interrogante sobre las competencias del personal para brindar un buen servicio, el 44% de los participantes de este estudio manifestó que considera que siempre el personal está capacitado, pero el 4% opina todo lo contrario.

Finalmente, en cuanto a la experiencia de compra, el 42% mencionó que era buena, y el 24% muy buena, lo cual implica que la mayoría de los clientes han tenido una experiencia agradable al comprar en la empresa de Agua Caluma. Respecto a la calificación general del servicio, el 42% indicó que es muy buena, mientras que el 48% indicó que se siente satisfecho con el servicio recibido, esto evidencia que la empresa ha logrado una percepción positiva en la mayoría de sus clientes.

Los resultados de la entrevista tienen los siguientes aspectos relevantes a ser considerados: lo primero es que la empresa de Agua Caluma tiene procedimientos específicos en la cadena logística, de los cuales la mayoría dependen de la misma organización pues tiene una planta que procesa el producto por lo que la dependencia de los proveedores es limitada. Esto representa una ventaja pues mientras mayor control se tiene sobre el negocio, mayor posibilidad existe de tener una adecuada cadena de suministro para que el producto llegue a los clientes dentro los plazos acordados previamente.

Al analizar las métricas utilizadas para medir la eficacia de la cadena de suministro, el entrevistado indicó que se mide por medio de: nivel de servicio al cliente, ciclo de tiempo del pedido, exactitud de inventario y tasa de cumplimiento; esto da a entender que la empresa se preocupa por tener indicadores que sean medidos de manera constante para realizar los ajustes necesarios y a tiempo cuanto los mismos presentan números inadecuados. Al consultar sobre los métodos para el pronóstico de la demanda, se pudo conocer que se lo realiza principalmente con el análisis de datos históricos, lo cual es una ayuda importante porque la estadística es crucial para predecir futuros escenarios a nivel de la demanda.

Respecto a los sistemas y métodos que la empresa utiliza para controlar y gestionar el inventario, el entrevistado respondió que generalmente se lo realiza por el método Justo a Tiempo, esto les ayuda a tener control sobre el momento que se requiere el respectivo abastecimiento, de manera que no se queden sin stock para proveer a sus clientes. Al momento de elegir a los proveedores de los productos complementarios, se evalúan algunos factores entre los que se destaca, los precios, calidad y la seriedad que tengan en la entrega de los productos requeridos. Respecto a la optimización del transporte, que es una variable muy importante en la cadena de suministro, la empresa lo efectúa mediante análisis de ruta y consolidación de carga.

9. CONCLUSIONES

La satisfacción de los clientes se encuentra en un nivel adecuado. Uno de los factores determinantes es el trato de los colaboradores, pues la mayoría de usuarios indicaron que se sienten a gusto. Además, consideran que la empresa envasadora de Agua Caluma cuenta con un personal capacitado para brindar un servicio de calidad por lo que no han tenido mayores inconvenientes al momento de realizar sus compras. Sin embargo, existe un grupo de clientes que no se encuentran muy satisfechos.

Los procesos logísticos que se llevan a cabo en la empresa de Agua Caluma son los siguientes: abastecimiento, que se trata de la captación de agua de fuentes naturales, principalmente de manantiales; el segundo proceso es la producción y tratamiento, en este punto se purifica y filtra el agua para eliminar partículas y contaminantes; el tercer proceso corresponde al almacenamiento y distribución; aquí se procede a envasar y entregar los botellones y fundas de agua a los clientes según los pedidos previamente definidos. La empresa ha logrado un buen funcionamiento de los procesos logísticos, pero tiene aspectos a mejorar dentro de este ámbito.

Para el mejoramiento óptimo en los procesos de calidad es necesario que se desarrollen una serie de prácticas y acciones que aseguren la calidad del producto desde la fuente hasta el consumidor final como: controlar las fuentes de agua, vigilar que se cumplan a cabalidad las normativas de calidad y realizar capacitaciones frecuentes al personal para que tengan conocimientos con relación a prácticas de higiene, seguridad y calidad en la producción de agua embotellada.

10. RECOMENDACIONES

Se recomienda que la empresa de Agua Caluma gestione los esfuerzos necesarios para mejorar la atención al cliente. Se requiere que la administración invierta recursos en capacitaciones sobre la importancia de la satisfacción del cliente, esto incrementará sustancialmente la calidad del servicio a sus clientes pues sus colaboradores serán capaces de resolver rápidamente las inquietudes y problemas que se presenten, contribuyendo en el mejoramiento de la imagen empresarial.

Se sugiere que la organización implemente procesos adicionales que optimicen la gestión logística, una de ellas podría ser elaborar un plan de mejora de rutas y transporte y el control de inventarios, esto con el propósito de reducir tiempos de entrega, minimizar costos, mejorar la eficiencia del uso de recursos y desabastecimiento de producto, lo cual ayudará a brindar un servicio de calidad, alcanzado la satisfacción de los clientes y su fidelización, puesto que los usuarios valoran en gran medida que el agua les llegue en el tiempo señalado al momento de hacer el pedido.

Es recomendable que se desarrolle una serie de prácticas y acciones que aseguren la calidad del producto desde la fuente hasta el consumidor final, una de ellas es implementar controles de calidad, lo cual es esencial para que se cumplan de forma estricta las normativas gubernamentales, así como el óptimo tratamiento y distribución del producto. La intención es generar una cultura de mejoramiento continuo, de la cual todos los colaboradores de la empresa de Agua Caluma estén totalmente empoderados, para lograr resultados efectivos.

REFERENCIAS

- Agencia de Regulación y Control del Agua. (Abril de 5 de 2022). REGULACIÓN Nro. DIR-ARCA-RG-012-2022. Quito, Pichincha, Ecuador: Lexis. Obtenido de https://www.regulacionagua.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/07/Regulacio%CC%81n-DIR-ARCA-RG-012-2022-Calidad-del-agua_-signed.pdf
- Alay , J. (2023). Gestión de la calidad y su influencia en la satisfacción al cliente. (*Tesis de grado*). Universidad Estatal de Manabi, Jipijapa. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5970/1/Alay%20Sellan%20Jairon%20Alexander.pdf>
- Arce, R. (2021). El sistema de gestión de calidad y su influencia en la comercialización de equipos de computo de la empresa Mayusystem. (*Tesis de grado*). Universidad Alas Peruanas, Juliaca. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10356/Tesis_Sistema_Gesti%C3%B3n.Calidad_Comercializaci%C3%B3n_Equipos.C%C3%B3mputo_Empresa%20Mayusystem%20EIRL_Juliaca.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arribasplata , C., & Quiroz, J. (2023). Determinantes de la calidad de servicio de la empresa embotelladora agua Santa Clara, Tembladera 2023. (*Tesis de grado*). Universidad privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/3362/TESIS%20Arribasplata%20y%20Quiroz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calvo, C., & Landa, A. (2019). Medición de la satisfacción en el restaurant TAO. (*Tesis de grado*). Universidad de Piura, Piura. Obtenido de <https://pirhua.udep.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/297ca131-86b5-4400-9ed8-890a7e50107f/content>
- Cardozo, L. (1 de Marzo de 2021). *Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales*. Obtenido de Zenbia: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>

- Flores , J. (2022). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la Empresa Casa Blanca. (*Tesis de grado*). Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11329/1/IV_FCE_318_TE_Flores_Vega_2022.pdf
- Hernández, P., Lugo, J., & Ordoñez, H. (2022). Calidad del servicio, expectativas del usuario y comunicación efectiva fuentes de satisfacción del usuario. *Ciencia Digital*(6), 84-109. doi:<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v6i4.2289>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (eNERO de 2014). NTE.INEN 1108. *Agua potable. Requisitos*. Quito, Pichincha, Ecuador: INEN. Obtenido de <https://www.insistec.ec/images/insistec/02-cliente/07-descargas/NTE%20INEN%201108%20-%20AGUA%20POTABLE.%20REQUISITOS.pdf>
- Jinez, E., & Bravo, J. (2023). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción al usuario de la empresa prestadora de servicios de agua y saneamiento en la Región Tacna,2022. (*Tesis de grado*). Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua. Obtenido de https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/2200/Edwin-Jorge_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jonker, A. (13 de Diciembre de 2023). *¿Qué es el abastecimiento?* Obtenido de IBM: <https://www.ibm.com/mx-es/topics/sourcing>
- Lindao, N., & Centeno, L. (2022). Analisis del proceso de control de proveedores en las empresas industriales manufactureras de cartones del cantón Duran año 2021. (*Tesis de grado*). Universidad politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23749/1/UPS-GT004039.pdf>
- Llano, M. (2 de Noviembre de 2023). *Business School Santelmo*. Obtenido de La cadena de servicio-beneficios: <https://www.santelmo.org/download-preview.php?document=7786>
- López, H. (2022). Planificación estratégica logística, factor importante en el desarrollo empresarial. (*Tesis de grado*). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4988/1/TIB_LopezCaceresHugo.pdf

- López, M. (2018). *Importancia de la calidad de servicio al cliente*. Sonora-México: Instituto Tecnológico de Sonora. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Merchán , S. (2023). La competitividad de la envasadora de agua American Beverage Company Beveragecom S.A Provincia de Santa Elena. (*Tesis de grado*). Universidad Estatal Península de Santa Elena, La libertad. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9338/1/UPSE-TAE-2023-0067.pdf>
- Miranda, M. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. *Revista dominio de las ciencias*, 7(4), 1430-1446. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Mora , J., González, W., Calderón, R., & Benavides, G. (2024). Componentes claves del desempeño laboral: caso Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural La Esmeralda. *Ciencia Abierta y Sociedad Moderna: Reflexiones desde el Sur Global*(4), 36-42. Obtenido de <https://library.sapienzaeditorial.com/index.php/home/article/view/19/18>
- Ortega, C. (18 de Julio de 2023). *Cadena servicio-beneficio: Qué es y consejos para mejorarla*. Obtenido de Question PRO: <https://www.questionpro.com/blog/es/cadena-servicio-beneficio/>
- Pazmiño, M. (2019). La gestión de proveedores a partir del análisis jerárquico de procesos en una empresa de calzado industrial. (*Tesis de grado*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30446/1/T4643i.pdf>
- Pérez, B., & Quijije, J. (2023). Satisfacción del cliente respecto al servicio de agua potable. (*Tesis de grado*). Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/6624/1/T-ULVR-5258.pdf>
- Quizhpe, G. (2020). Calidad en proyectos de Aguas Purificadas Comercializadas: Caso supermercados de Guayaquil. *Universidad del Zulia (LUZ)*, 25(3), 391-408. Obtenido de <https://orcid.org/0000-0002-6261-947X>

- Rendón, G., Mena, O., & Racines, R. (2022). Procesos operacionales en el manejo de proveedores, su aplicación en empresas comerciales e industriales. *LATAM*, 3(2), 1746-1760. doi: <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.217>
- Reyes , L., & Véliz, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Polo del Conocimiento*, 6(4), 570-591. Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/pontificia-universidad-catolica-del-ecuador/control-de-calidad/dialnet-calidad-del-servicio-ysu-relacion-con-la-satisfaccion-al-cl-7926989/84195135>
- Rodríguez, A. (2022). Calidad de Servicio y satisfacción al cliente. (*Tesis de grado*). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/9203/1/PI-002051.pdf>
- Rubio, F. (27 de Octubre de 2023). *Cómo mejorar la satisfacción del cliente en 5 pasos* . Obtenido de Club de rendimiento empresarial : <https://clubdealtorendimientoempresarial.com/como-mejorar-la-satisfaccion-del-cliente-en-5-pasos/>
- Siavichay, E., Cárdenas, M., Vega, L., Asanza, D., & Barragán, M. (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico. *Maskana*, 14(1), 9-21. doi:<https://doi.org/10.18537/mskn.14.01.01>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85-101. doi:<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuestas

ENCUESTA A CLIENTES DE LA EMPRESA ENVASADORA AGUA CALUMA

Objetivo: Conocer la percepción de los clientes respecto de calidad del servicio de abastecimiento de la empresa de Agua Caluma.

Instrucciones: Marque con una equis (x) una opción en cada una de las preguntas según su apreciación.

- 1. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la empresa?**
 - Diariamente
 - Semanalmente
 - Quincenalmente
 - Mensualmente
 - Otra frecuencia
- 2. ¿Cómo considera que es la atención del personal de la empresa?**
 - Excelente
 - Muy buena
 - Buena
 - Regular
 - Deficiente
- 3. ¿Alguna vez ha tenido algún tipo de inconveniente para recibir el producto?**
 - Siempre
 - Casi siempre
 - A veces
 - Rara vez
 - Nunca
- 4. ¿Cómo es el trato que recibe de los empleados de la empresa?**
 - Excelente
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Deficiente

5. ¿Considera que el personal de la empresa posee las competencias necesarias para prestar un buen servicio al cliente?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

6. ¿Cómo cataloga su experiencia al comprar el producto/servicio?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Deficiente

7. ¿Cómo califica la calidad del producto/servicio?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Deficiente

8. ¿Cómo califica su satisfacción general con nuestro producto/servicio?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

Anexo 2. Formato de entrevista**ENTREVISTA A ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA DE AGUA CALUMA****DATOS GENERALES****Entrevistador:****Entrevistado:****Hora de la entrevista:****Duración de la entrevista:****Objetivo:** Identificar los procesos logísticos que se desarrollan en la empresa.**PREGUNTAS**

1. ¿Cómo se realiza la logística en la cadena de suministro?
2. ¿Qué métricas utilizan para medir la eficacia de la cadena de suministro?
3. ¿Cómo realizan el pronóstico y planificación de la demanda?
4. ¿Qué sistemas y métodos utilizan para la gestión del inventario?
5. ¿Cómo seleccionan y gestionan a sus proveedores?
6. ¿Qué tecnología usan para la gestión de almacenes y materiales?
7. ¿Cómo optimizan el transporte y las rutas de distribución?
8. ¿Cómo gestionan los riesgos y planes de contingencia en la cadena de suministro?

Anexo 3

Registro Único de Contribuyente de la empresa Envasadora Agua Caluma

RUC 0201025087001 Razón social BONILLA CALERO FAUSTO ISRAEL

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Actividad económica principal

PRODUCCIÓN DE AGUAS MINERALES
NATURALES Y OTRAS AGUAS
EMBOTELLADAS.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría
PERSONA NATURAL	RIMPE	EMPRENDEDOR

Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial
NO	NO	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2005-06-27	2021-06-10		

Ocultar establecimientos

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001	AGUA PURIFICADA ENVASADA CALUMA	BOLIVAR / CALUMA / CALUMA / CALUMA VIA A GUARANDA Y PARAISO	ABIERTO

Anexo 4

Carta de autorización



Caluma, 07 de Junio del 2024

Magister

Eduardo Galeas Gujarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Envasadora Agua Caluma con RUC: 0201025087001 ubicada en el cantón Caluma provincia Bolívar.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **BONILLA GARCÍA ANDERSON PAUL** con cedula de identidad N 0202253365 de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema de: "CALIDAD DE SERVICIO EN EL ABASTECIMIENTO DE LA EMPRESA ENVASADORA AGUA CALUMA EN EL PERIODO 2023"

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

Sr. Fausto Bonilla Calero

CI: 0201025087



Anexo 5

Copia de cédula del propietario



Anexo 6

Resultado de plagio por Compilatio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
register

Estudio de caso

9%
Textos sospechosos

4% Similitudes (ignorado)
0% similitudes entre comillas
2% entre las fuentes mencionadas

1% Idiomas no reconocidos

7% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Trabajo estudio de caso Bonilla.docx
ID del documento: afbaa44635ce4f21b98550d2a1423207d5f0987
Tamaño del documento original: 58,43 kB
Autor: Paul Bonilla

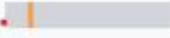
Depositante: Paul Bonilla
Fecha de depósito: 26/7/2024
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 26/7/2024

Número de palabras: 7392
Número de caracteres: 49.700

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	space.utb.edu.ec Análisis del nivel de ventas de la Empresa UTEKT S.A. del cant... http://space.utb.edu.ec/bitstream/handle/49300/12006-UTB-FAP-COM-00115.pdf?sequence=1	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (46 palabras)
2	space.utb.edu.ec http://space.utb.edu.ec/bitstream/handle/49300/12006-UTB-FAP-COM-00115.pdf?sequence=1	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (46 palabras)
3	participacion.com https://participacion.com/wp-content/uploads/2023/07/REN-1138-4pa-pytable.pdf 9 Fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
4	repositorio.unesp.br https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11362-0/10032-1/1/10032-1.pdf 1 Fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
5	Documento de otro usuario #321718 El documento proviene de otro grupo 1 Fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	space.utb.edu.ec http://space.utb.edu.ec/bitstream/handle/49300/14096-UTB-FAP-COM-001261.pdf?sequence=1	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
2	repositorio.unesum.edu.ec https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/530005970/1/Way-Selban-Jaron-Alexander.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
3	Documento de otro usuario #91426 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)
4	repositorio.utc.edu.ec https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/270009203/1/RS-00101.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
5	Estudio de caso Vanelly Ramos.docx Estudio de caso Vanelly Ramos #124911 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://pirhua.udep.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/297ca131-86b5-4400-9ed8-890a7e50107f/content>