



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA DE DOCUMENTO DE TITULACIÓN:
“Evaluación de la percepción en la calidad del servicio que
brindan las empresas distribuidoras de camarón a los
restaurantes en la ciudad de Guayaquil”**

**AUTOR:
Lcdo. Escandon Acosta José Francisco**

**Previo a la obtención del Grado Académico:
Magíster en Administración de Empresas**

**Guayaquil, Ecuador
2024**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Licenciado en desarrollo de negocios bilingüe, José Francisco Escandón Acosta, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magister en Administración de Empresas**.

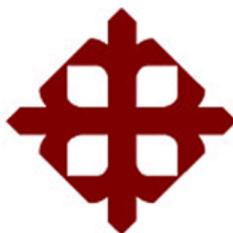
REVISOR

Ing. Ángel Castro Peñarreta, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 06 días del mes de mayo del año 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Escandón Acosta José Francisco

DECLARO QUE:

El trabajo **Evaluación de la percepción en la calidad del servicio que brindan las empresas distribuidoras de camarón a los restaurantes en la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 06 días del mes de mayo del año 2024

EL AUTOR

Escandón Acosta José Francisco



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Escandón Acosta José Francisco

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Documento de Titulación** para el grado de Magister en administración de empresas titulado: **Evaluación de la percepción en la calidad del servicio que brindan las empresas distribuidoras de camarón a los restaurantes en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 06 días del mes de mayo del año 2024

EL AUTOR:

Escandón Acosta José Francisco

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía en este importante logro,

A mi madre y toda mi familia por ser mis pilares,

A mi novia por ser mi fortaleza en todo momento,

A mis profesores que impartieron sus conocimientos hacia nosotros

Escandón Acosta, José Francisco

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi padre que desde el cielo está orgulloso de este nuevo logro obtenido,

A mi amada madre,

Y a mi abuelita.

Escandón Acosta, José Francisco

RESUMEN

La evaluación de la percepción en la calidad del servicio se ha convertido en un componente fundamental en la gestión empresarial contemporánea. Por ende, el objetivo del estudio se centró en evaluar la calidad de servicio de las empresas distribuidoras de Camarón a la Asociación de Restaurantes (ASOREST) en la ciudad de Guayaquil. Para la metodología se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, empleando una encuesta dirigida a 84 propietarios de restaurantes afiliados a ASOREST. Los resultados demostraron que el 40,5% no proporciona capacitación a los empleados sobre el manejo de alimentos y seguridad alimentaria, no ofrecen incentivos o programas de reconocimientos para motivar a los empleados (58,3%) y consideran la importancia del entrenamiento sobre la preparación de camarón (40,5%). Por otro lado, el 35,7% está satisfecho con el servicio de distribución de camarón, calificando como buena la calidad del producto (46,4%), donde el 36,9% indicó que siempre cumplen con el plazo de entrega acordado y se encuentran muy satisfechos con la variedad de los productos (25%). Sin embargo, para mejorar el servicio se destacó la inclusión de programas de descuento o promociones (44%) y mejoras en la comunicación y coordinación logística (26,2%). Se concluye que los propietarios revelan una satisfacción generalizada sobre la calidad del servicio de distribución del producto.

Palabras clave: Calidad del servicio, percepción, distribuidoras de camarón, restaurantes.

ABSTRACT

The evaluation of perception of service quality has become a fundamental component in contemporary business management. Therefore, the objective of the study focused on evaluating the quality of service of the Shrimp distribution companies to the Restaurant Association (ASOREST) in the city of Guayaquil. For the methodology, a quantitative approach and a non-experimental design were used, using a survey directed at 84 restaurant owners affiliated with ASOREST. The results showed that 40.5% do not provide training to employees on food handling and food safety, do not offer incentives or recognition programs to motivate employees (58.3%) and consider the importance of training on the shrimp preparation (40.5%). On the other hand, 35.7% are satisfied with the shrimp distribution service, rating the quality of the product as good (46.4%), where 36.9% indicated that they always comply with the agreed delivery time and They are very satisfied with the variety of products (25%). However, to improve the service, the inclusion of discount programs or promotions (44%) and improvements in communication and logistics coordination (26.2%) stood out. It is concluded that the owners reveal a generalized satisfaction with the quality of the product distribution service.

Keywords: Service quality, perception, shrimp distributors, restaurants.

Introducción

La evaluación de la percepción en la calidad del servicio se ha convertido en un componente fundamental en la gestión empresarial contemporánea, donde la satisfacción del cliente desempeña un papel crucial en el éxito de cualquier organización (Monroy, 2019). Este concepto se enmarca en la creciente importancia que se le otorga a la experiencia del cliente como un diferenciador competitivo clave (Rojas et al., 2020). La calidad del servicio, entendida como la medida en que las expectativas del cliente son cumplidas o superadas durante la interacción con una empresa, ha llevado a una atención cada vez mayor hacia la evaluación de la percepción de los clientes como indicador de rendimiento (Izquierdo, 2021; Susilowati & Yasri, 2019).

En este contexto, la evaluación de la percepción en la calidad del servicio abarca diversas dimensiones, desde la atención al cliente hasta la eficacia de los procesos operativos (Ramya et al., 2019). Los clientes modernos no solo buscan productos o servicios de alta calidad, sino que también valoran la forma en que se entregan esos productos o servicios (Singh et al., 2023). La percepción del cliente se convierte así en un elemento subjetivo que refleja no solo la entrega tangible de un producto o servicio, sino también la calidad de la interacción, la empatía y la capacidad de respuesta de la empresa ante las necesidades del cliente (Ramos et al. 2020; Zygiaris et al., 2022).

Un enfoque integral de la evaluación de la percepción en la calidad del servicio implica la implementación de herramientas y metodologías que permitan recopilar, analizar y comprender las opiniones y experiencias de los clientes (Rane et al., 2023). Las encuestas de satisfacción, los comentarios en línea, las revisiones en redes sociales y otros métodos de retroalimentación se han convertido en instrumentos indispensables para medir la percepción del cliente (Fanta & Balawi, 2022). Además, el uso de métricas como el Net Promoter Score (NPS) y el Customer Satisfaction Score (CSAT) proporciona indicadores cuantitativos que ayudan a las organizaciones a evaluar y mejorar continuamente sus prácticas de servicio (Silva & Luján, 2022; Baquero, 2022).

La dinámica industria alimentaria se encuentra en un proceso continuo de transformación y adaptación para enfrentar las demandas en constante cambio y crecientemente exigentes de los consumidores. La irrupción de la pandemia ha generado modificaciones sustanciales en los patrones de demanda y comportamiento de los consumidores, evidenciando de manera destacada un notorio aumento en la inclinación hacia la adquisición de productos alimenticios mediante plataformas en línea, servicios de entrega a domicilio y alimentos listos para el consumo. Este cambio significativo no solo refleja una

respuesta a las circunstancias actuales, sino que también indica una evolución fundamental en las preferencias de los consumidores, marcando un hito en la forma en que el sector alimentario satisface las necesidades emergentes del mercado (Caicedo et al. 2019).

Como reacción a los cambios en el mercado, se ha notado un cambio de enfoque hacia la seguridad alimentaria, en la que las empresas en la industria han fortalecido sus medidas de seguridad e higiene con el objetivo de asegurar la calidad y la seguridad de sus productos. Además, la necesidad de mantener el distanciamiento social ha impulsado la integración de tecnologías como la automatización de procesos y la incorporación de robótica en las fases de producción y distribución de alimentos. Este cambio hacia la automatización no solo se justifica por las condiciones actuales, sino que también busca mejorar la eficiencia y la adaptabilidad a largo plazo (Torricella et al., 2020).

Por ello, las empresas distribuidoras de camarón a los restaurantes en la ciudad de Guayaquil se convierten en un tema de investigación relevante en el contexto de una ciudad donde la gastronomía desempeña un papel fundamental en la cultura local y en la economía. Estas desempeñan un rol esencial en el suministro de este ingrediente a los restaurantes de la ciudad, lo que hace que la calidad del servicio que ofrecen sea de suma importancia. En consideración de aquello, este estudio tiene el objetivo de evaluar la calidad de servicio de las empresas distribuidoras de Camarón a la Asociación de Restaurantes (ASOREST) en la ciudad de Guayaquil. El resultado de esta investigación podría tener un impacto importante en la toma de decisiones de las empresas distribuidoras de camarón, brindándoles información valiosa sobre las áreas que necesitan mejorar para mantener y expandir sus relaciones comerciales.

Metodología

La presente investigación tuvo como base metodológica el uso del enfoque cuantitativo, mismo que se caracteriza por la recolección y el análisis de datos numéricos y estadísticos con el objetivo de describir fenómenos y generalizar resultados a una población más amplia (Nizama & Nizama, 2020). Esta, permitió facilitar la comparación y análisis sistemático de diversos factores, como la calidad del producto, la puntualidad en las entregas y el nivel de satisfacción general, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones estratégicas en el sector gastronómico de Guayaquil.

El alcance del estudio es descriptivo y de corte transversal. La investigación descriptiva se refiere a la delimitación y especificación detallada de los elementos y características que serán objeto de estudio en una investigación, análisis o cualquier otro proyecto científico. En tanto que, la investigación transversal es aquella en la que se recopilan

datos de una población en un punto específico en el tiempo (Ramos, 2020). Según el alcance, esta investigación es descriptiva ya que permite la recopilación sistemática de datos mediante encuestas y entrevistas, lo cual facilitará la obtención de información detallada sobre los aspectos operativos, las interacciones comerciales y los factores que influyen en la percepción de calidad del servicio en la cadena de suministro de camarón. Por otro lado, es transversal porque la información se obtuvo en un momento determinado.

El diseño no experimental en investigación se refiere a un enfoque metodológico que se caracteriza por la observación y medición de variables sin la manipulación deliberada de variables independientes (Ramos, 2021). Esto permitió una exploración detallada de las complejidades y factores influyentes en la calidad del servicio, proporcionando información valiosa sobre aspectos como la satisfacción del cliente, la eficacia de la comunicación y la resolución de problemas.

Los datos se recogieron mediante 84 encuestas dirigida a los propietarios de restaurantes afiliados a la Asociación de Restaurantes del Guayas, cuya materia prima para la preparación de sus platos sea el camarón, es decir, marisquerías y cevicheras lo cual se la considera una población finita. En investigación, una población finita es un conjunto claramente delimitado y contable de elementos que cumplen con ciertas características definidas por el estudio (Hernández & Carpio, 2019).

Se elaboró dos cuestionarios estructurados, uno de ellos contuvo reactivos relacionados a las características de los restaurantes incluyendo preguntas sobre la satisfacción al cliente como tiempos de entrega, comunicación entre cliente proveedor, precio, calidad del producto entregado, entre otras variables (Álvarez, 2019). El otro es la escala de medida SERVQUAL, la cual se compone de 22 ítems subdivididos en cinco dimensiones que son los elementos tangibles (1-4), fiabilidad (5-9), capacidad de respuesta (10-13), seguridad (14-17) y empatía (18-22), mientras que las respuestas son valoradas mediante la escala de Likert con las opciones de muy en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), neutral (3), de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5).

Esta encuesta se llevó a cabo de forma presencial, donde el investigador asistió a cada uno de los establecimientos de estudio, previo al desarrollo de una coordinación efectiva. En este ámbito, se informó a los propietarios de los restaurantes el propósito del estudio a fin de obtener su consentimiento para participar, otorgando detalles sobre la confidencialidad de la información recopilada y asegurando a los participantes que sus respuestas son anónimas.

Consecuentemente, se proporcionó instrucciones claras sobre cómo completar el cuestionario, cuya aplicación no pasó de 20 minutos. Cabe mencionar que, la recopilación de

datos se efectuó en el mes de octubre y noviembre, específicamente entre el 23 de octubre hasta el 5 de noviembre. Posteriormente, la información se organizó en el programa Excel, de este modo, se efectuaron tablas y gráficos estadísticos que se presentan a continuación.

Resultados

Encuesta de Satisfacción del Servicio al Cliente

Información sobre los Empleados.

En los restaurantes de la Asociación de Restaurantes del Guayas, la mayoría (47.6%) son pequeños con menos de 10 empleados. Un 29.8% tiene entre 10 y 20 empleados, y un 17.9% cuenta con 20 a 50 empleados. En términos de personal de preparación y manejo de alimentos, la mayoría (34.5%) tiene de 5 a 8 empleados, seguido por un 29.8% con 9 a 12 empleados. Esto refleja una diversidad en el tamaño del personal y una distribución de carga de trabajo bastante equilibrada en la preparación y manejo de alimentos (ver apéndice 3).

En cuanto a la capacitación en manejo de alimentos y seguridad alimentaria, el 40.5% de los restaurantes proporciona capacitación de manera regular, el 38.1% siempre lo hace, pero un 21.4% nunca lo hace. Esto muestra una variabilidad significativa en la consistencia y frecuencia de estas prácticas. Por otro lado, el 54.8% de los propietarios de restaurantes indica que sus empleados están satisfechos o muy satisfechos, con un 17.9% muy satisfechos y un 36.9% satisfechos. Sin embargo, un 25% se muestra neutral y un 20.2% está insatisfecho o muy insatisfecho. Esto subraya la importancia de gestionar adecuadamente las condiciones laborales y el ambiente de trabajo (ver apéndice 3).

Acercas de la rotación de empleados en los últimos 12 meses, más de la mitad de los propietarios, un 53.6%, afirma no haber experimentado rotación en el personal durante ese período. Sin embargo, un 31% reporta una rotación moderada, entre 2 a 4 empleados, mientras que un 14.3% ha experimentado rotación más significativa, entre 5 a 7 empleados. Solo un 1.2% indica una rotación de más de 7 empleados. Este análisis sugiere que la mayoría de los restaurantes mantienen una cierta estabilidad en su fuerza laboral, aunque un porcentaje significativo ha experimentado rotación moderada en el último año (ver apéndice 3).

Por otro lado, se identificó que un 41.7% de los propietarios de restaurantes ofrece incentivos o programas de reconocimiento para motivar a sus empleados, mientras que el 58.3% no lo hace, mostrando una diversidad de enfoques en la muestra. Además, un 40.5% de los propietarios de restaurantes identifica la necesidad de más entrenamiento sobre la preparación de camarón. Un 28.6% sugiere apoyo a través de recetas y sugerencias de platos, el 16.7% destaca la importancia de la información sobre las características del producto, y el

14.3% menciona otras áreas específicas de necesidad. Esto resalta la importancia del desarrollo de habilidades y conocimientos en la preparación y presentación de productos de camarón en los restaurantes (ver apéndice 3).

Experiencia General.

Se constató una satisfacción generalizada entre los propietarios de restaurantes encuestados, un 35.7%, se clasifica como satisfecho, con un 29.8% calificando su experiencia como muy satisfecho. Un 16.7% indica estar totalmente satisfecho, el 11.9% un poco satisfecho, mientras que solo un 6% se muestra nada satisfecho. Los resultados indican una relación positiva entre los restaurantes y los servicios de distribución de camarón, resaltando que la satisfacción del cliente es un aspecto clave en esta parte esencial de la cadena de suministro. Con respecto a la calidad del camarón recibido de los proveedores, un 46.4%, califica la calidad del camarón como buena, seguido de un 23.8% que lo clasifica como excelente. Un 23.8% considera la calidad regular, y solo un 6% evalúa el camarón como de mala calidad. Es decir, que la mayoría de los restaurantes de la Asociación de Restaurantes del Guayas están satisfechos con la calidad del camarón de sus proveedores habituales, lo que indica una buena relación con la cadena de suministro de este producto esencial (ver apéndice 3).

La mayoría de los encuestados, un 65.5% indicó que las entregas siempre o en su mayoría cumplen con el plazo acordado, con un 36.9% y un 28.6%, respectivamente. Sin embargo, un 34.5% ha experimentado ocasiones en las que las entregas se realizaron ocasionalmente, raramente o nunca dentro del plazo acordado. Estos resultados resaltan la importancia de la puntualidad en las entregas para mantener la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente en el sector de restaurantes. El análisis de la pregunta sobre la atención y capacidad de respuesta del equipo de servicio al cliente indicó que la mayoría, un 76.2%, califica la atención y la capacidad de respuesta como excelente o bueno, con un 41.7% y un 34.5%, respectivamente, un 17.9% la clasifica como regular, y solo un 6% la evalúa como mala. Los resultados sugieren una tendencia positiva en la calidad del servicio al cliente proporcionado por las empresas distribuidoras de camarón, lo cual es esencial para mantener relaciones comerciales sólidas (ver apéndice 3).

De manera general, el 48,8% indicó estar muy satisfecho y totalmente satisfecho con la variedad de productos de camarón que ofrecen las distribuidoras de camarón. Por el contrario, el 19% indicó estar solo un poco satisfecho y el 10,7% expresó estar nada satisfecho. En síntesis, la mayoría de los restaurantes parecen estar satisfechos con la variedad del producto, con una proporción significativa expresando niveles altos de

satisfacción. Sin embargo, es esencial seguir evaluando y ajustando la oferta para abordar las necesidades de aquellos que no están completamente satisfechos (ver apéndice 3).

La comunicación y el soporte de las empresas distribuidoras en caso de problemas o consultas revela que excelente o bueno, con un 25% y un 40.5%, respectivamente, un 9.5% la clasifica como regular, mientras que un 25% la evalúa como malo o muy malo. Estos resultados subrayan la importancia de una comunicación efectiva y un soporte sólido por parte de las empresas distribuidoras, siendo aspectos esenciales para mantener relaciones comerciales exitosas y resolver eficientemente problemas o consultas para los restaurantes afiliados a la Asociación de Restaurantes del Guayas. El 44% indicó que se pueden aplicar programas de descuento o promociones para mejorar la calidad del servicio, mientras que el 26,2% expresó la importancia de mejorar la comunicación y coordinación logística. Estos datos proporcionan información valiosa para las empresas distribuidoras de camarón, permitiéndoles ajustar y desarrollar estrategias que aborden las áreas específicas de preocupación de los restaurantes encuestados (ver apéndice 3).

Media y desviación estándar.

La Tabla 1 muestra los resultados de la media y desviación estándar de dos instrumentos. En el primer instrumento, la pregunta 3 tiene una media de 2,17, indicando que las respuestas están más cerca de “A veces”, y una desviación estándar de 0,758, mostrando que las respuestas están agrupadas alrededor de la media. La pregunta 4 tiene una media de 3,48, lo que sugiere que los encuestados están más cerca de “Satisfechos”. En el segundo instrumento, tanto la primera como la sexta pregunta tienen una media alta, lo que indica una percepción de “Excelente” en la calidad del camarón de los proveedores habituales y la claridad de la comunicación en los pedidos.

Tabla 1

Media y desviación estándar por pregunta e instrumento

Información sobre los Empleados	Media	Desviación estándar
Pregunta 1	1,80	0,902
Pregunta 2	2,30	0,967
Pregunta 3	2,17	0,758
Pregunta 4	3,48	1,103
Pregunta 5	2,77	1,374
Pregunta 6	0,42	0,496
Pregunta 7	2,17	1,118
Experiencia General	Media	Desviación estándar
Pregunta 1	3,39	1,087
Pregunta 2	2,88	0,842

Pregunta 3	3,77	1,255
Pregunta 4	3,12	0,911
Pregunta 5	3,32	1,319
Pregunta 6	3,57	1,264
Pregunta 7	2,86	0,933

Tablas cruzadas

La Tabla 2 muestra la relación entre la satisfacción y la rotación de empleados. Se observa que en los restaurantes donde los empleados están insatisfechos con las condiciones laborales y el ambiente de trabajo, la rotación de empleados es de 5 a 7. Sin embargo, en los casos donde los empleados están muy insatisfechos, la rotación es de 2 a 4 empleados en el último año.

Tabla 2

Cruce entre Satisfacción de empleados / Rotación de empleados

Satisfacción de empleados / Rotación de empleados	Sí, entre 2 a 4 empleados	Sí, entre 5 a 7 empleados	Más de 7 empleados	No he presentado rotación en los últimos 12 meses	Total general
Muy satisfechos	0	0	0	4	4
Satisfechos	0	0	0	13	13
Neutral	0	0	0	21	21
Insatisfechos	11	12	1	7	31
Muy insatisfechos	15	0	0	0	15
Total general	26	12	1	45	84

Los restaurantes que siempre ofrecen capacitación tienen empleados donde los propietarios consideran que sus empleados se encuentran muy satisfechos y satisfechos. Por otro lado, los casos donde nunca han brindado capacitaciones se vincula con la tenencia de trabajadores insatisfechos (ver tabla 3).

Tabla 3

Cruce entre Satisfacción de empleados / Capacitación a empleados

Satisfacción de empleados / Capacitación a empleados	Siempre	A veces	Nunca	Total general
Muy satisfechos	4	0	0	4
Satisfechos	13	0	0	13
Neutral	1	20	0	21
Insatisfechos	0	14	17	31
Muy insatisfechos	0	0	15	15
Total general	18	34	32	84

En relación con experiencia con el servicio y áreas de mejora del servicio, se identificó que, pese a que un número importante de propietarios se encuentra totalmente satisfecho con la experiencia general del servicio de distribución de camarón, enfatizan la importancia de mejorar la comunicación y coordinación logística. Por otro lado, los que están poco satisfechos y nada satisfechos buscan precios competitivos (ver apéndice 3).

En la tabla 4, se observa que, del total de los encuestados, los que califican la calidad del camarón como excelente, se encuentran totalmente satisfechos con la variedad de los productos de camarón que las distribuidoras ofrecen. Por el contrario, aquellos que calificaron la calidad como regular, están solo un poco satisfechos con la variedad de productos que se ofrecen.

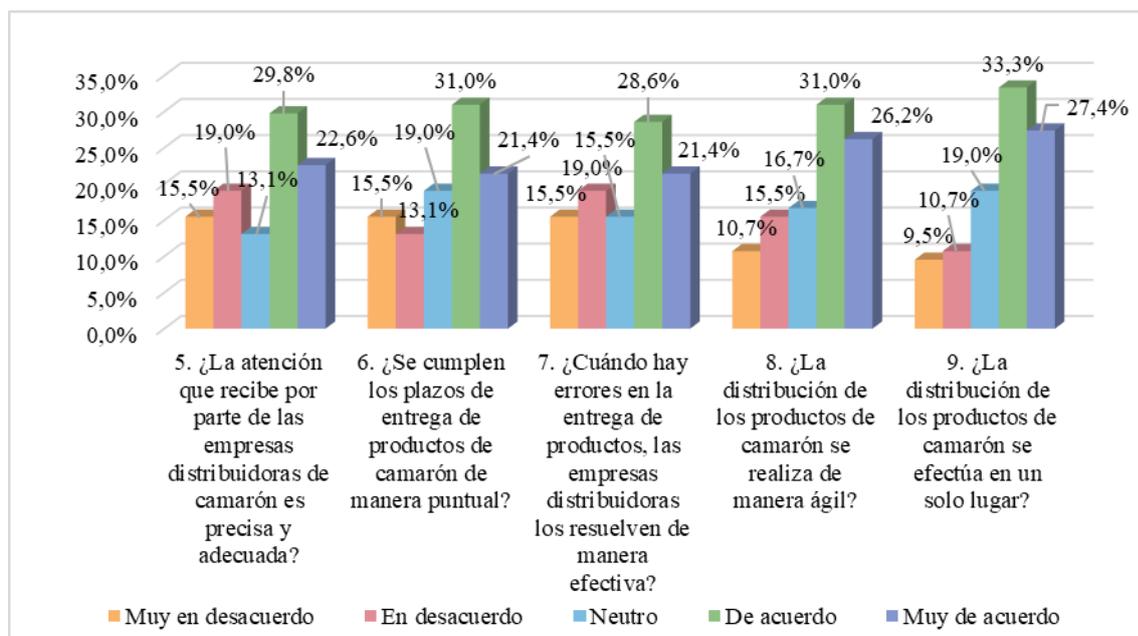
Tabla 4

Satisfacción de variedad de productos/Calidad del camarón

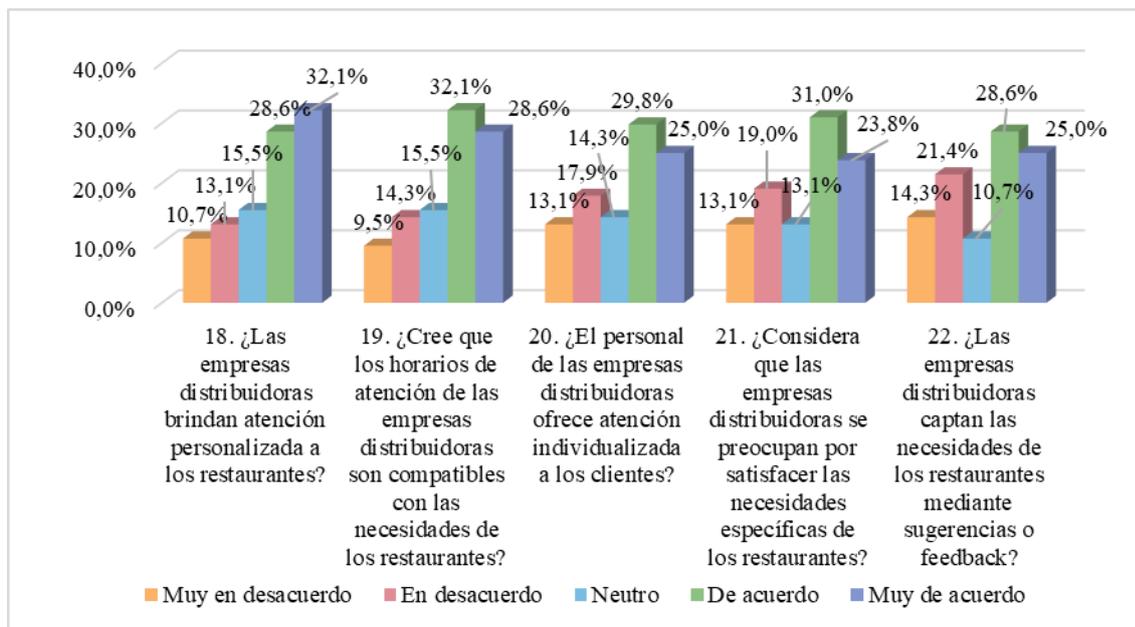
Satisfacción de variedad de productos/Calidad del camarón	Mala	Regular	Buena	Excelente	Total general
Nada satisfecho	5	4	0	0	9
Un poco satisfecho	0	16	0	0	16
Satisfecho	0	0	18	0	18
Muy satisfecho	0	0	21	0	21
Totalmente satisfecho	0	0	0	20	20
Total general	5	20	39	20	84

Cuestionario de escala SERVQUAL

En la Figura 1, se puede observar que el 52.4% de los encuestados considera que la atención recibida por parte de las empresas distribuidoras de camarón es precisa y adecuada. Sin embargo, un 34.5% no está satisfecho con la atención recibida. En cuanto a la puntualidad en la entrega de productos de camarón, solo el 52.4% de los participantes indica que los plazos de entrega se cumplen de manera puntual, mientras que un 28.6% expresa insatisfacción. El 50% considera que los errores de entrega se resuelven de manera efectiva, y un 34.5% no está satisfecho con la resolución de errores. Un 57.2% considera que la distribución es ágil, pero un 26.2% no está satisfecho. Finalmente, un 60.7% está de acuerdo y muy de acuerdo con que la distribución se realiza en un solo lugar, pero un 20.2% no está satisfecho.

Figura 1*Dimensión fiabilidad*

En la Figura 2, la mayoría de los encuestados (alrededor del 60%) estuvo de acuerdo en que las empresas distribuidoras brindan atención personalizada a los restaurantes y que sus horarios de atención son compatibles con las necesidades de los restaurantes. Sin embargo, la percepción fue ligeramente menor (alrededor del 55%) cuando se preguntó si el personal de las empresas ofrece atención individualizada y si se preocupan por satisfacer las necesidades específicas de los restaurantes. En cuanto a la captación de las necesidades de los restaurantes mediante sugerencias o feedback, un poco más de la mitad (53,6%) estuvo de acuerdo. Sin embargo, un porcentaje significativo de los encuestados (35,7%) estuvo en desacuerdo.

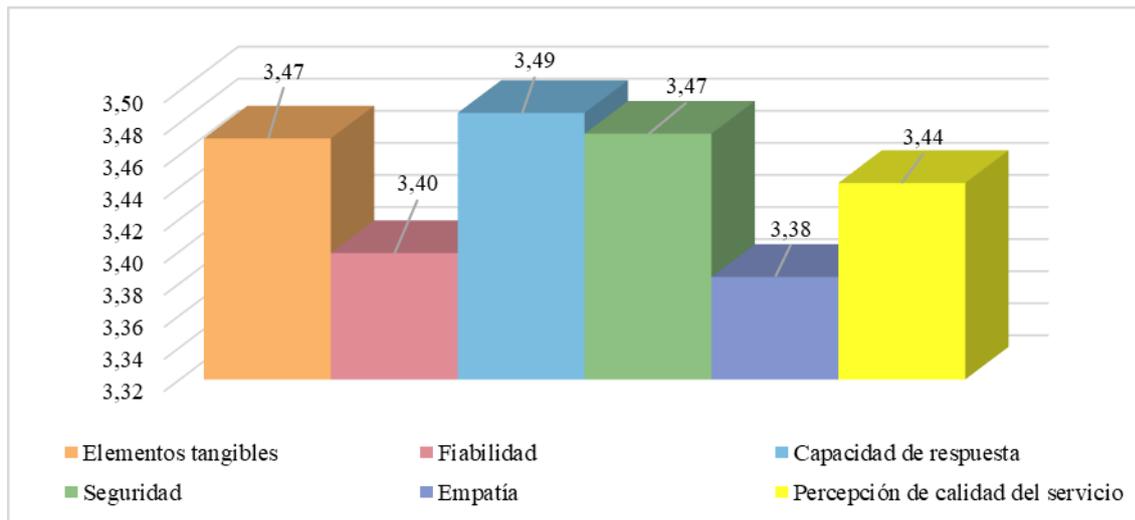
Figura 2*Dimensión empatía*

Por otro lado, con respecto a los elementos tangibles, el 34,5% expresó que los productos de camarón gozan de una presentación atractiva y el 29,8% aseveró que las empresas brindan información clara sobre los productos. En cuanto a la capacidad de respuesta, la mayoría estuvo de acuerdo con el hecho de que las empresas proporcionan el servicio postventa (29,8%) y cuentan con un personal capacitado para otorgar un servicio eficiente. En relación con la seguridad, el 27,4% manifestó que el personal otorga un trato amable y cuentan con medidas apropiadas de seguridad (29,8%) (ver apéndice 4).

La Figura 3 muestra varias dimensiones de la calidad del servicio. Los elementos tangibles y la seguridad obtuvieron una percepción moderada sobre la calidad con una media de 3,47. La capacidad de respuesta obtuvo una media ligeramente superior de 3,49; sin embargo, la fiabilidad y la empatía, con medias de 3,40 y 3,38 respectivamente, sugieren áreas de mejora. Aunque la percepción general de la calidad del servicio es moderada (media de 3,44), se identifican la fiabilidad y la empatía como áreas críticas que requieren atención para mejorar la satisfacción del cliente.

Figura 3

Promedio de las dimensiones y variable percepción de calidad del servicio



Conclusiones

Los resultados de la investigación sugieren que no proporcionan con regularidad capacitaciones sobre el manejo de los alimentos y seguridad alimentaria a los empleados, ni se ofrecen incentivos o programas de reconocimientos para motivarlos.

Por otro lado, se llega a la conclusión de que la gran mayoría de los propietarios de restaurantes están satisfechos con el servicio de distribución de camarón y sus diversas variedades, ya que califican este producto como de alta calidad. Además, es importante destacar que, en la mayoría de los casos, el producto se entrega puntualmente dentro del plazo acordado, lo que contribuye aún más a la satisfacción de los clientes.

Los resultados evidencian que la atención y capacidad de respuesta del equipo de servicio al cliente predomina por su excelencia, mientras que la claridad de la comunicación con respecto a los pedidos solo llegó a la categoría buena.

A pesar de que la mayoría de los propietarios se encuentran satisfechos con el servicio de distribución de camarón, gran parte demanda la inclusión de programas de descuento o promociones y mejoras en la comunicación y coordinación logística para mejorar el servicio y satisfacer las necesidades de los restaurantes.

Aunque las empresas distribuidoras de camarón en Guayaquil tienen fortalezas en áreas como la presentación de productos, la limpieza de las áreas de distribución y la atención personalizada a los restaurantes, también existen áreas de mejora, especialmente en términos de proporcionar información clara sobre los productos, ofrecer servicios postventa, y captar las necesidades de los restaurantes mediante sugerencias o comentarios. A nivel general, la percepción general de la calidad del servicio de las empresas distribuidoras de Camarón se encuentra en un nivel medio o moderado.

Los resultados muestran una variedad de opiniones y percepciones de los encuestados en diferentes áreas evaluadas, lo que indica que ha existido una evaluación exhaustiva de la calidad del servicio, cumpliendo con el objetivo del estudio.

Recomendaciones

Se recomienda a los propietarios de los restaurantes diseñar y establecer un programa interno de capacitación continua, asegurando que la formación en manejo de alimentos y seguridad alimentaria sea una parte integral del proceso de incorporación y desarrollo del personal.

Se recomienda a los distribuidores de camarón implementar sistemas de seguimiento en tiempo real, actualizaciones automáticas o herramientas de gestión de pedidos que faciliten una comunicación más clara y eficiente entre las empresas distribuidoras y los restaurantes clientes. Esto contribuirá a reducir posibles malentendidos y mejorar la satisfacción del cliente.

Para fortalecer la relación entre el distribuidor de camarón y los propietarios de los restaurantes, se sugiere diseñar programas de descuentos y promociones que sean personalizados y estratégicos. Esto puede integrar descuentos por volumen y lealtad, descuentos personalizados según las variedades del producto y promociones temporales atractivas.

Adicionalmente, se recomienda a los distribuidores de camarón emplear tecnología de planificación de rutas avanzada que tenga en cuenta variables como la ubicación de los destinos, el tráfico, y la capacidad de los vehículos de entrega. La planificación anticipada y optimizada ayudará a evitar demoras innecesarias.

Referencias

- Álvarez, G. (2019). *Evaluación de la calidad de servicio en el restaurante “Encebollado Cuarto De Libra” para proponer estrategias de mejora*. [Tesis de Pregrado. Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45901>
- Baquero, A. (2022). Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction: Relationship and Efficient Management. *Sustainability*, 14(4), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su14042011>
- Caicedo, L., Chuquimarca, R., & Velásquez, K. (2019). Administración de servicios de alimentos: Nutrición, Calidad y Producción. *RECIMUNDO*, 3(3 ESP), noviembre 2019, 52-76. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/588>
- Fanta, A., & Balawi, A. (2022). Social Media as Effective Tool for Understanding Customer Experience: A Systematized Review. *Marketing & Menedzsmen*t, 55(4), 15-25. <https://doi.org/10.15170/MM.2021.55.04.02>
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Monroy, M. (2019). Evaluación de la calidad en el servicio y su impacto en la lealtad en Bancomer. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2, 190-211. <https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2019n2.11>
- Nizama, M., & Nizama, L. (2020). El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis. *Vox Juris*, 38(2), 69-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7628480>
- Osejos, A., & Merino, J. (2020). Modelo servqual como instrumento de evaluación de la calidad del servicio al cliente, cantón jipijapa. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(4), Article 4. <https://doi.org/10.47230/unsum-ciencias.v4.n4.2020.284>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 10(1), 1-7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-

Apéndices

Apéndice 1. Encuesta de Satisfacción del Servicio al Cliente

Distribución de Camarón a Restaurantes

Instrucciones: Por favor, tómese unos minutos para responder a las siguientes preguntas sobre su experiencia con el servicio de distribución de camarón entregado a su restaurante o sus restaurantes. Sus respuestas nos ayudarán a mejorar los servicios. Las respuestas son anónimas.

Información sobre el Restaurante:

Nombre del Restaurante: _____

Ubicación: _____

Año de Fundación: _____

Tipo de Cocina: _____ (Ejemplo: Mariscos, italiana, asiática, etc.)

Número de Sucursales (si aplica): _____

Información sobre los Empleados:

1. ¿Cuántos empleados trabajan actualmente en su restaurante?

Menos de 10 empleados

10 a 20 empleados

20 a 50 empleados

Más de 50 empleados

2. ¿Cuántos empleados están involucrados en la preparación y manejo de los alimentos?

1 a 4 empleados

5 a 8 empleados

9 a 12 empleados

Más de 12 empleados

3. ¿Proporciona capacitación regular a sus empleados sobre manejo de alimentos y seguridad alimentaria?

Siempre

A veces

Nunca

4. ¿Cómo calificaría la satisfacción general de sus empleados en relación con las condiciones laborales y el ambiente de trabajo?

Muy satisfechos

Satisfechos

- Neutral
- Insatisfechos
- Muy insatisfechos

5. ¿Ha experimentado rotación frecuente de empleados en su restaurante en los últimos 12 meses?

- Sí, entre 2 a 4 empleados
- Sí, entre 5 a 7 empleados
- Más de empleados
- No he presentado rotación en los últimos 12 meses

6. ¿Ofrece incentivos o programas de reconocimiento para motivar a sus empleados?

- Sí
- No

7. ¿En qué áreas cree que se podría brindar más apoyo a su equipo de empleados relacionado con los productos de camarón?

- Entrenamiento sobre preparación de camarón
- Información sobre características del producto
- Recetas y sugerencias de platos
- Otro (especificar): _____

Experiencia General:

1. ¿Cómo calificaría su experiencia general con el servicio de distribución de camarón?

- Nada satisfecho
- Un poco satisfecho
- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Totalmente satisfecho

Calidad del Camarón:

2. ¿Cómo calificaría la calidad del camarón que recibió en sus entregas?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

Puntualidad de las Entregas:

3. ¿Las entregas de camarón se realizaron dentro del plazo acordado?

- Siempre cumplen con el plazo acordado

- En su mayoría cumplen con el plazo acordado
- Ocasionalmente cumplen con el plazo acordado
- Raramente cumplen con el plazo acordado
- Nunca cumplen con el plazo acordado

Atención al Cliente:

4. ¿Cómo calificaría la atención y la capacidad de respuesta del equipo de servicio al cliente?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

Variedad de Productos:

5. ¿Está satisfecho con la variedad de productos de camarón que ofrece las distribuidoras de camarón?

- Nada satisfecho
- Un poco satisfecho
- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Totalmente satisfecho

Comunicación:

6. ¿Cómo calificaría la claridad de la comunicación en cuanto a los pedidos, cambios y detalles de entrega?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

Mejoras:

7. ¿En qué áreas específicas considera que se puede mejorar el servicio de distribución de camarón para satisfacer las necesidades de su restaurante?

- Precios competitivos
- Variedad de tamaños de camarones.
- Programas de descuento o promociones
- Mejoras en la comunicación y coordinación logística

Apéndice 2. Escala SERVQUAL

Instrucciones: muy en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), neutral (3), de acuerdo (4) y muy de acuerdo (5).

Descripción	1	2	3	4	5
Elementos Tangibles					
1. ¿Considera usted que los productos de camarón tienen una presentación atractiva?					
2. ¿Las instalaciones de las empresas distribuidoras de camarón son adecuadas para la recepción y manipulación de productos?					
3. ¿Tiene una buena apariencia el personal de las empresas distribuidoras de camarón?					
4. ¿Las empresas proporcionan información clara y atractiva sobre los productos de camarón que ofrecen?					
Fiabilidad					
5. ¿La atención que recibe por parte de las empresas distribuidoras de camarón es precisa y adecuada?					
6. ¿Se cumplen los plazos de entrega de productos de camarón de manera puntual?					
7. ¿Cuándo hay errores en la entrega de productos, las empresas distribuidoras los resuelven de manera efectiva?					
8. ¿La distribución de los productos de camarón se realiza de manera ágil?					
9. ¿La distribución de los productos de camarón se efectúa en un solo lugar?					
Capacidad de Respuesta					
10. ¿Las empresas distribuidoras ofrecen servicios postventa para atender cualquier inconveniente?					
11. ¿Considera que el personal de las empresas distribuidoras está capacitado para brindar un servicio eficiente?					
12. ¿El personal de las empresas distribuidoras transmite confianza en la calidad de los productos de camarón?					
13. ¿Se siente seguro al adquirir productos de camarón de estas empresas?					
Seguridad					
14. ¿Considera que el personal de las empresas distribuidoras es amable en su trato?					
15. ¿Las instalaciones de las empresas distribuidoras cuentan con medidas de seguridad adecuadas?					
16. ¿Las áreas de distribución de los productos de camarón se encuentran limpias y en condiciones higiénicas?					
17. ¿Las empresas distribuidoras proporcionan instalaciones sanitarias para clientes?					
Empatía					
18. ¿Las empresas distribuidoras brindan atención personalizada a los restaurantes?					
19. ¿Cree que los horarios de atención de las empresas					

distribuidoras son compatibles con las necesidades de los restaurantes?					
20. ¿El personal de las empresas distribuidoras ofrece atención individualizada a los clientes?					
21. ¿Considera que las empresas distribuidoras se preocupan por satisfacer las necesidades específicas de los restaurantes?					
22. ¿Las empresas distribuidoras captan las necesidades de los restaurantes mediante sugerencias o feedback?					

Adaptado de Modelo SERVQUAL como instrumento de evaluación de la calidad del servicio al cliente, cantón jipijapa; por (Osejos & Merino, 2020). Revista Científica Multidisciplinaria, 4(4), p. 79-92.

Apéndice 3. Resultados de la encuesta de satisfacción del servicio al cliente

Empleados en el restaurante e involucrados en el manejo de alimentos

	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Número de empleados	Menos de 10 empleados	40	47,6%
	10 a 20 empleados	25	29,8%
	20 a 50 empleados	15	17,9%
	Más de 50 empleados	4	4,8%
	Total	84	100,0%
	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Empleados involucrados en la preparación y manejo de los alimentos	1 a 4 empleados	20	23,8%
	5 a 8 empleados	29	34,5%
	9 a 12 empleados	25	29,8%
	Más de 12 empleados	10	11,9%
	Total	84	100,0%

Capacitación sobre el manejo de alimentos y seguridad alimentaria

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	38,1%
A veces	34	40,5%
Nunca	18	21,4%
Total	84	100,0%

Satisfacción general de sus empleados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfechos	15	17,9%
Satisfechos	31	36,9%
Neutral	21	25,0%
Insatisfechos	13	15,5%
Muy insatisfechos	4	4,8%
Total	84	100,0%

Rotación frecuente de empleados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí, entre 2 a 4 empleados	26	31,0%
Sí, entre 5 a 7 empleados	12	14,3%
Más de 7 empleados	1	1,2%
No he presentado rotación en los últimos 12 meses	45	53,6%
Total	84	100,0%

Ofrece reconocimientos para motivar a los empleados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	35	41,7%
No	49	58,3%
Total	84	100,0%

Apoyo a empleados sobre el camarón

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entrenamiento sobre preparación de camarón	34	40,5%
Información sobre características del producto	14	16,7%
Recetas y sugerencias de platos	24	28,6%
Otro	12	14,3%
Total	84	100,0%

Servicio de distribución de camarón

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Nada satisfecho	5	6,0%
Un poco satisfecho	10	11,9%
Satisfecho	30	35,7%
Muy satisfecho	25	29,8%
Totalmente satisfecho	14	16,7%
Total	84	100,0%

Calidad del camarón que recibe

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Mala	5	6,0%
Regular	20	23,8%
Buena	39	46,4%
Excelente	20	23,8%
Total	84	100,0%

Las entregas son dentro del plazo acordado

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre cumplen con el plazo acordado	31	36,9%
En su mayoría cumplen con el plazo acordado	24	28,6%
Ocasionalmente cumplen con el plazo acordado	14	16,7%
Raramente cumplen con el plazo acordado	9	10,7%
Nunca cumplen con el plazo acordado	6	7,1%
Total	84	100,0%

Capacidad de respuesta del servicio al cliente

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	35	41,7%
Bueno	29	34,5%
Regular	15	17,9%
Malo	5	6,0%
Total	84	100,0%

Satisfacción de la variedad de productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Nada satisfecho	9	10,7%
Un poco satisfecho	16	19,0%
Satisfecho	18	21,4%
Muy satisfecho	21	25,0%
Totalmente satisfecho	20	23,8%
Total	84	100,0%

Comunicación y soporte de problemas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	21	25,0%
Buena	34	40,5%
Regular	8	9,5%
Mala	14	16,7%
Muy mala	7	8,3%
Total	84	100,0%

Áreas de mejora

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Precios competitivos	9	10,7%
Variedad de tamaños de camarones.	16	19,0%
Programas de descuento o promociones	37	44,0%
Mejoras en la comunicación y coordinación logística	22	26,2%
Total	84	100,0%

Experiencia con el servicio / Áreas de mejora del servicio

Experiencia con el servicio / Áreas de mejora del servicio	Precios competitivos	Variedad de tamaños de camarones.	Programas de descuento o promociones	Mejoras en la comunicación y coordinación logística	Total general
Nada satisfecho	5	0	0	0	5
Un poco satisfecho	4	6	0	0	10
Satisfecho	0	10	20	0	30
Muy satisfecho	0	0	17	8	25
Totalmente satisfecho	0	0	0	14	14
Total general	9	16	37	22	84

Apéndice 4. Resultados de la escala SERVQUAL

Elementos Tangibles	1	2	3	4	5	Total
1. ¿Considera usted que los productos de camarón tienen una presentación atractiva?	9,5%	14,3%	14,3%	34,5%	27,4%	100,0%
2. ¿Las instalaciones de las empresas distribuidoras de camarón son adecuadas para la recepción y manipulación de productos?	8,3%	14,3%	16,7%	33,3%	27,4%	100,0%
3. ¿Tiene una buena apariencia el personal de las empresas distribuidoras de camarón?	10,7%	14,3%	16,7%	32,1%	26,2%	100,0%
4. ¿Las empresas proporcionan información clara y atractiva sobre los productos de camarón que ofrecen?	13,1%	20,2%	15,5%	29,8%	21,4%	100,0%
Capacidad de Respuesta						
10. ¿Las empresas distribuidoras ofrecen servicios postventa para atender cualquier inconveniente?	13,1%	16,7%	20,2%	29,8%	20,2%	100,0%
11. ¿Considera que el personal de las empresas distribuidoras está capacitado para brindar un servicio eficiente?	14,3%	17,9%	13,1%	29,8%	25,0%	100,0%
12. ¿El personal de las empresas distribuidoras transmite confianza en la calidad de los productos de camarón?	13,1%	19,0%	17,9%	28,6%	21,4%	100,0%
13. ¿Se siente seguro al adquirir productos de camarón de estas empresas?	12,9%	15,3%	20,0%	29,4%	22,4%	100,0%
Seguridad						
14. ¿Considera que el personal de las empresas distribuidoras es amable en su trato?	17,9%	19,0%	19,0%	27,4%	16,7%	100,0%
15. ¿Las instalaciones de las empresas distribuidoras cuentan con medidas de seguridad adecuadas?	8,3%	15,5%	21,4%	29,8%	25,0%	100,0%
16. ¿Las áreas de distribución de los productos de camarón se encuentran limpias y en condiciones higiénicas?	7,1%	13,1%	16,7%	34,5%	28,6%	100,0%
17. ¿Las empresas distribuidoras proporcionan instalaciones sanitarias para clientes?	6,0%	10,7%	17,9%	36,9%	28,6%	100,0%



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Escandón Acosta José Francisco, con C.C: # 0930938451 autor del trabajo de titulación: *Evaluación de la percepción en la calidad del servicio que brindan las empresas distribuidoras de camarón a los restaurantes en la ciudad de Guayaquil* previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 06 de mayo de 2024

f. _____

Nombre: Escandón Acosta José Francisco

C.C: 0930938451



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Evaluación de la percepción en la calidad del servicio que brindan las empresas distribuidoras de camarón a los restaurantes en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Escandón Acosta José Francisco		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Castro Peñarreta Ángel Aurelio		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	06 de mayo de 2024	No. DE PÁGINAS:	25
ÁREAS TEMÁTICAS:	Servicio al cliente, restaurantes, emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Calidad del servicio, percepción, distribuidoras de camarón, restaurantes.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>La evaluación de la percepción en la calidad del servicio se ha convertido en un componente fundamental en la gestión empresarial contemporánea. Por ende, el objetivo del estudio se centró en evaluar la calidad de servicio de las empresas distribuidoras de Camarón a la Asociación de Restaurantes (ASOREST) en la ciudad de Guayaquil. Para la metodología se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, empleando una encuesta dirigida a 84 propietarios de restaurantes afiliados a ASOREST. Los resultados demostraron que el 40,5% no proporciona capacitación a los empleados sobre el manejo de alimentos y seguridad alimentaria, no ofrecen incentivos o programas de reconocimientos para motivar a los empleados (58,3%) y consideran la importancia del entrenamiento sobre la preparación de camarón (40,5%). Por otro lado, el 35,7% está satisfecho con el servicio de distribución de camarón, calificando como buena la calidad del producto (46,4%), donde el 36,9% indicó que siempre cumplen con el plazo de entrega acordado y se encuentran muy satisfechos con la variedad de los productos (25%). Sin embargo, para mejorar el servicio se destacó la inclusión de programas de descuento o promociones (44%) y mejoras en la comunicación y coordinación logística (26,2%). Se concluye que los propietarios revelan una satisfacción generalizada sobre la calidad del servicio de distribución del producto.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593-0993023769	E-mail: jose.escandon01@cu.ucsg.edu.ec / jfescandon@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			