



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

**“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LA COMPETITIVIDAD DE LA
EMPRESA MEVE CLEAN DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”**

AUTORES:

MANUEL STEEVEN MERA VERA

MANUEL EMILIO MERA VERA

TUTOR:

ING. MARTHA YADIRA GARCIA BRIONES.MGS

PORTOVIEJO-MANABI-ECUADOR

2024

Certificado del tutor de titulación

Ing. MARTHA YADIRA GARCIA BRIONES. Mgs., en calidad de Tutor del Proyecto de Titulación, certifico que los egresados MANUEL STEEVEN MERA VERA y MANUEL EMILIO MERA VERA, autores del Proyecto de Titulación denominado “INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MEVE CLEAN SERVICE DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”, han elaborado el mismo, siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Martha Yadira García Briones. Mgs.

Tutor del Trabajo de Titulación

Certificado del tribunal

El trabajo de titulación “INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MEVE CLEAN SERVICE DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”, presentado por los egresados MANUEL STEEVEN MERA VERA y MANUEL EMILIO MERA VERA, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Intriago Cedeño, MSc.

**Coordinadora de la Carrera de
Administración de Empresas**

Ing. Martha Yadira García Briones, MSc.

Tutor trabajo de titulación

Ing. Grace Rodríguez Loor, MSc.

Miembro del tribunal

Econ. María Arteaga García, MSc.

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

MANUEL STEEVEN MERA VERA y MANUEL EMILIO MERA VERA autores del trabajo de titulación denominado “INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA MEVE CLEAN SERVICE DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Administración de Empresa en la obtención al título de Licenciado de Administración de Empresa de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido

Manuel Steeven Mera Vera

Egresado de la carrera de Administración de Empresa

Manuel Emilio Mera Vera

Egresado de la carrera de Administración de Empresa

Agradecimiento

Queremos expresar nuestra más sincera gratitud a todas aquellas personas que contribuyeron de manera significativa a la realización de este trabajo de titulación.

En primer lugar, a nuestra tutora de tesis, Ing. Martha Yadira García Briones, por su orientación experta, paciencia y motivación constante a lo largo de este proceso. Su sabiduría y dedicación fueron fundamentales para alcanzar nuestros objetivos.

Extendemos nuestro agradecimiento a todos los participantes de nuestro estudio, cuya colaboración y disposición fueron esenciales para la recopilación de datos.

Agradecemos especialmente a nuestras familias y amigos por su apoyo incondicional, comprensión y ánimo durante este exigente proceso. Sus palabras de aliento y paciencia fueron un pilar fundamental en los momentos de dificultad.

Este logro no habría sido posible sin el aporte de cada una de estas personas y entidades. Estamos profundamente agradecidos por su generosidad, confianza y colaboración.

STEEVEN Y EMILIO MERA VERA

Dedicatoria

A nuestros seres queridos, quienes han sido el faro de luz en los momentos de oscuridad, el sostén en las horas de duda y la fuente inagotable de amor y apoyo a lo largo de este arduo camino académico. A nuestros padres, cuyo sacrificio y dedicación han sido la inspiración detrás de cada logro. A nuestras familias, por su comprensión, paciencia y aliento incondicional. A nuestros amigos, por su complicidad, alegría y ánimo constante que han hecho más llevadera esta travesía.

A nuestros profesores y mentores, por su sabiduría, orientación y compromiso en nuestra formación académica. A cada persona que de alguna manera contribuyó, ya sea con una palabra de aliento, un gesto de apoyo o una crítica constructiva, gracias por ser parte de este viaje.

Este trabajo está dedicado a todos ustedes, quienes han dejado una huella imborrable en nuestro camino hacia la realización de este sueño. Vuestra presencia ha sido fundamental en cada paso que hemos dado. ¡Gracias por ser nuestra inspiración y motivación constante!

STEEVEN Y EMILIO MERA VERA

Resumen

El trabajo titulado "Influencia de la Calidad de Servicios en la Competitividad de Meve Clean en Portoviejo" exploró cómo el compromiso con la calidad influye en el éxito empresarial. El objetivo general del estudio fue analizar la influencia de la calidad del servicio en la competitividad de la empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo. Para poder realizar este trabajo fue necesario hacerlo a través de dos métodos: Entrevistas, es decir, conversaciones con el gerente general, presidente y líderes de talento humano de Meve Clean; junto con encuestas a los valiosos usuarios, quienes fueron parte fundamental de esta investigación. Los hallazgos resaltaron que la calidad del servicio es esencial para la competitividad, señalando áreas para mejorar como la personalización y la adopción de prácticas más ecológicas. Fueron inspiración estrategias centradas en elevar constantemente la calidad, abrazando la innovación y adaptándose a las dinámicas del mercado. En conclusión, cada esfuerzo por mejorar la calidad del servicio fortalece la posición de Meve Clean Service, asegurando un crecimiento sólido y significativo en el mercado de limpieza de Portoviejo.

Palabras clave: Calidad, competitividad, estrategias, limpieza, servicio.

Abstract

The work titled "Influence of Service Quality on the Competitiveness of Meve Clean in Portoviejo" explored how commitment to quality influences business success. The general goal of the study was to analyze the influence of service quality on the competitiveness of the Meve Clean Service company in the city of Portoviejo. In order to carry out this work it was necessary to do it through two methods: Interviews, that is, conversations with the general manager, president and human talent leaders of Meve Clean; along with surveys of valuable users, who were a fundamental part of this research. The findings highlighted that service quality is essential for competitiveness, pointing to areas for improvement such as personalization and the adoption of greener practices. Strategies focused on constantly raising quality, embracing innovation and adapting to market dynamics were inspiration. In conclusion, every effort to improve service quality strengthens Meve Clean Service's position, ensuring solid and significant growth in the Portoviejo cleaning market.

Keywords: Quality, competitiveness, strategies, cleanliness, service

Tabla de contenidos

Certificado del tutor de titulación.....	ii
Certificado del tribunal.....	iii
Declaración de autoría.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	4
1.1 Problema.....	4
1.2 Tema.....	4
1.3 Antecedentes.....	4
1.4 Planteamiento del problema.....	5
1.5 Formulación del problema.....	6
1.6 Delimitación del problema.....	7
1.7 Objetivos.....	7
1.7.1 Objetivo General.....	7
1.7.2 Objetivos Específicos.....	7

1.8 Justificación.....	8
CAPÍTULO II.....	9
2.1 Marco teórico.....	9
2.2 Marco Conceptual.....	170
Estrategias.....	170
Capacitación	170
Estrategias de capacitación.....	170
Atención.....	170
Cliente.....	181
Atención al cliente	181
Calidad.....	181
Servicios	181
Calidad de servicios.....	192
Limpieza.....	192
Desinfección	192
Bioseguridad.....	192
Presupuesto.....	13
Oferta.....	13
Demanda.....	13
2.3 Marco legal.....	13

Derecho a la salud y su protección	13
Servicio Nacional de Contratación Pública	14
2.4 Marco ambiental	18
2.5 Variables	18
2.5.1 Variable independiente	18
2.5.2 Variable dependiente	18
2.6 Operacionalización de las variables	18
Variable Dependiente: Competitividad	19
Variable independiente Calidad del servicio	21
CAPÍTULO III	230
Marco Metodológico	230
3.1. Plan de Investigación.....	230
3.2. Tipos de Investigación.....	230
3.3 Método de investigación.....	24
3.4 Fuentes de información	24
3.5 Modalidades de la investigación.....	25
3.6 Técnicas e Instrumentos	25
3.7 Población	26
3.8 Muestra	26
Capítulo IV	27

4.1 Descripción de la variable independiente: Calidad del servicio	27
Calidad de servicio	27
Fiabilidad y empatía	27
Responsabilidad.....	32
Seguridad.....	471
4.2 Descripción de la variable dependiente: Competitividad	46
Competitividad	46
Planificación estratégica y operativa	46
Satisfacción del cliente	46
Satisfacción del recurso humano	47
Rentabilidad.....	49
CONCLUSIONES.....	51
CAPÍTULO V.....	54
5.1 La Propuesta	55
5.2 Objetivos.....	55
Objetivo General.....	55
Objetivos Específicos	55
5.3 Justificación	55
5.4 Beneficiarios.....	56
Beneficiarios directos	56

Beneficiarios indirectos	54
5.5 Descripción de la propuesta.....	54
5.6 Desarrollo de estrategias.....	56
Estrategias de competitividad de la empresa	56
Estrategias para el cliente y calidad de los servicios	57
5.7 Correlación de las estrategias	58
Referencias	59
APÉNDICE	82

Lista de tablas

Tabla 1. Horarios	35
Tabla 2. Entrenamiento.....	36
Tabla 3. Requerimiento	37
Tabla 4. Trato.....	38
Tabla 5. Paredes limpias	39
Tabla 6. Escaleras	40
Tabla 7. Suelos.....	41
Tabla 8. Ventanas	42
Tabla 9. Señales de seguridad.....	43
Tabla 10. Equipos de trabajo	44
Tabla 11. Equipos de protección	45
Tabla 12. Contenedores de residuos	46
Tabla 13. Residuos especiales	47
Tabla 14. Rebose de contenedores.....	48
Tabla 15. Comunicación.....	50
Tabla 16. Disponibilidad	51
Tabla 17. Planificación estratégica y operativa	53
Tabla 18. Satisfacción del cliente	54
Tabla 19. Satisfacción del Recurso Humano	55
Tabla 20. Rentabilidad.....	57

Lista de figuras

Figura 1. Horarios.....	35
Figura 2. Entrenamiento	36
Figura 3. Requerimiento.....	37
Figura 4. Trato.....	38
Figura 5. Paredes limpias	39
Figura 6. Escaleras.....	40
Figura 7. Suelos.....	41
Figura 8. Ventanas.....	42
Figura 9. Señales de seguridad	43
Figura 10. Equipos de trabajo.....	44
Figura 11. Equipos de protección.....	45
Figura 12. Contenedores de residuos.....	46
Figura 13. Residuos especiales.....	48
Figura 14. Rebose de contenedores	48
Figura 15. Comunicación	50
Figura 16. Disponibilidad.....	51
Figura 17. Modelo de estrategias de competitividad y calidad del servicio.....	65
Figura 18. Correlación de las estrategias.....	68

INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial, la competitividad guía el ritmo de cada empresa. Donde, la calidad del servicio emerge como un personaje principal que influye en las emociones y experiencias de quienes participan en ella. En este trabajo, se explora la historia de Meve Clean Service, una empresa ubicada en la ciudad de Portoviejo, cuyo compromiso con la limpieza y la sanidad se enfrenta a desafíos que amenazan su capacidad para destacarse en un mercado vibrante y exigente.

El primer capítulo lleva al centro del problema que enfrenta Meve Clean Service: una lucha constante por mantener un nivel competitivo en la calidad del servicio. Como en cualquier historia, hay múltiples capítulos que contribuyen a este desafío. Los antecedentes cuentan la historia de Meve Clean Service desde su nacimiento, mostrando su misión, visión y estructura organizativa.

El planteamiento del problema de Meve Clean Service, busca respuestas para mejorar su competitividad en el mercado. Esta búsqueda se habla del profundo deseo de Meve Clean Service por ofrecer lo mejor a sus clientes. Entendiendo la necesidad de comprender cómo la calidad del servicio puede fortalecer su reputación, aumentar la lealtad de sus clientes y garantizar su crecimiento futuro.

El capítulo II explora un universo de ideas que dan vida a las organizaciones modernas, la esencia de la gestión del talento humano y la calidad del servicio al cliente, reconocidos como cimientos esenciales para el éxito empresarial. Desde diversas perspectivas, se analiza cómo la gestión del talento aborda tanto el desempeño presente como el potencial futuro de los colaboradores.

Más allá de las métricas y evaluaciones tradicionales, se reconoce el valor humano en el entramado organizacional. Se destaca la importancia de que las empresas se vean a sí mismas como entidades sociales con un compromiso genuino hacia el bienestar comunitario. En este sentido, se plantea un llamado a la responsabilidad social empresarial, donde las ganancias se consideran no solo como un fin económico, sino como una oportunidad para contribuir al progreso colectivo.

En el Capítulo III, se traza un sólido marco metodológico, garantizando así la confiabilidad y validez de los hallazgos. Esta aproximación cuidadosamente estructurada permitió analizar los tipos de investigación analítica, descriptiva, exploratoria y propositiva; así como los métodos cuali cuantitativos, estableciendo la población y muestra para el desarrollo de encuestas y entrevistas.

El Capítulo IV se adentra en dos variables esenciales en el entorno empresarial: la calidad del servicio y la competitividad. A través de un análisis minucioso, se examina cómo estas variables interactúan e impactan tanto en el rendimiento como en la percepción de clientes y empleados dentro de una organización. Se ofrece un análisis detallado de la calidad del servicio y la competitividad, así como de la satisfacción tanto del cliente como del recurso humano en la empresa, empleando cuestionarios específicos para medir y evaluar cada una de estas variables.

En el Capítulo V se presenta una propuesta detallada para impulsar la calidad del servicio y la competitividad de Meve Clean Service en Portoviejo. Se destacan estrategias como la innovación en servicios, la formación continua del personal y la personalización del servicio para satisfacer las cambiantes expectativas de los clientes. También, argumenta la importancia de adoptar tecnologías innovadoras para mantenerse competitivo. Esta propuesta beneficiará

directamente a la empresa y a su equipo, así como a los clientes y otras empresas del sector. Se resalta cómo estas estrategias se complementan entre sí y buscan posicionar a Meve Clean Service como líder en su mercado.

Meve Clean Service reconoce la importancia de integrar tecnologías amigables con el medio ambiente y brindar una atención al cliente personalizada y eficiente. Valora la capacitación continua del equipo y se compromete a escuchar activamente las opiniones de los clientes para ofrecer soluciones adaptadas a sus necesidades. Estas acciones no solo refuerzan el compromiso con la calidad y la sostenibilidad, sino que también posicionan como líderes en el sector de servicios de limpieza en Portoviejo.

CAPITULO I

1.1 Problema

Deficiente nivel de competitividad en la calidad del servicio de la empresa MEVE CLEAN

1.2 Tema

Influencia de la calidad del servicio en la competitividad de la empresa MEVE CLEAN de la ciudad de Portoviejo.

1.3 Antecedentes

La compañía “Meve Clean Service Cía. Ltda.” Es una empresa que desea generar experiencia de sanidad y bienestar fomentando concientizar las mentes de las personas mediante la limpieza y transparencia, siendo amigables con el medio ambiente, porque todos los servicios que ofrece la empresa, están basados en las normas ISO 14001 e ISO 9001. La empresa incluye todo tipo de servicios de limpieza y desinfección de plagas para empresas, oficinas, hospitales, centros de salud, unidades educativas y hogares con un mantenimiento profesional y con las máquinas industriales requeridas para brindar un servicio de calidad.

La Compañía “Meve Clean Service Cía. Ltda.” fue legalmente constituida el 21 de agosto del 2020 en la provincia de Manabí de la ciudad de Portoviejo y se encuentra localizada en la Ciudadela La Fortaleza. La misión de la empresa es: “Brindar seguridad sanitaria a cada una de las personas con todas las medidas de bioseguridad mejorando también la imagen de cualquier tipo de institución”

La visión de la empresa es, por tanto: Abarcar el mercado en el sector público y privado a nivel nacional e internacional.

La estructura organizacional de la empresa consta de un Gerente General, un presidente, un jefe de Recursos Humanos y un Secretario.

A lo largo del tiempo de operatividad en la compañía de servicios de limpieza Meve Clean se ha podido observar algunos problemas de competitividad de la empresa enfocados en sus procesos y en la poca experiencia administrativa, presupuesto empresarial, así como en conocer las necesidades, escuchar con atención, expresarse con claridad, apoyo en equipo y adaptarse a nuevos cambios que exige el entorno laboral, entre otros.

La compañía de limpieza cuenta con personal capacitado en todos los procesos de limpieza y manipulación de máquinas industriales como: hidro lavadora abrillantadora, aspiradora, fregadora de piso, así como otras actividades relacionadas con el mantenimiento de las áreas.

1.4 Planteamiento del problema

En la actualidad, el sector de servicios de limpieza se enfrenta a un entorno empresarial dinámico y competitivo, marcado por cambios constantes en las demandas del mercado y la evolución de las expectativas de los clientes. A pesar de la esencialidad de los servicios de limpieza, la empresa MEVE Clean Service, se encuentra abordando desafíos en términos de competitividad que han impactado su posicionamiento en el mercado.

Uno de los problemas clave que afecta la competitividad de la empresa radica en la necesidad de adaptarse y destacarse en un entorno empresarial cada vez más exigente. Este problema se manifiesta a través de varios desafíos identificables, como es el caso de la falta de estandarización en la prestación de servicios de limpieza porque puede afectar la consistencia y calidad de los resultados, lo que impacta directamente la satisfacción del cliente. En cuanto a la innovación tecnológica, la empresa no ha incorporado de manera

efectiva las últimas tecnologías en sus procesos de limpieza, lo que podría resultar en eficiencias operativas y mejoras en la calidad del servicio; por su parte, la capacitación continua del personal es fundamental para garantizar que estén actualizados en las mejores prácticas de limpieza, manejo de equipos, productos, y puedan cumplir con las expectativas del cliente. Así mismo, la sostenibilidad ambiental es cada vez más importante, la falta de prácticas sostenibles en los servicios de limpieza puede afectar la percepción de la empresa y su capacidad para atraer a clientes conscientes del medio ambiente. Es necesario también ser competitivos en cuanto a precios, porque puede afectar la rentabilidad de MEVE Clean Service, especialmente si no se acompaña de diferenciadores claros en la calidad del servicio. La falta de una estrategia efectiva para gestionar la experiencia del cliente puede resultar en una pérdida de oportunidades para retener clientes y atraer nuevos negocios.

Frente a estos desafíos, se hace evidente la necesidad crítica de identificar estrategias y soluciones que permitan a MEVE Clean Service mejorar su competitividad en el mercado de servicios de limpieza. Es imperativo abordar estos problemas de manera integral, considerando tanto aspectos operativos como aquellos relacionados con la percepción del cliente y las tendencias del mercado. La resolución de estos problemas contribuirá no solo a la viabilidad a largo plazo de la empresa sino también a su capacidad para liderar en un mercado altamente competitivo y en constante evolución.

1.5 Formulación del problema

¿De qué manera la calidad del servicio influye en la competitividad de la empresa Meve Clean Service?

1.6 Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Competitividad

Aspecto: Calidad de servicios

Problema: Deficiente nivel de competitividad en la atención al cliente en la empresa Meve Clean

Tema: Influencia de la calidad del servicio en la competitividad de la empresa MEVE CLEAN SERVICE de la ciudad de Portoviejo.

Delimitación espacial: La investigación se realizará en la ciudad de Portoviejo en la provincia de Manabí.

Delimitación temporal: Mayo 2023 – Marzo 2024

Línea de investigación: Fomento a la micro, pequeñas y medianas empresas

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Analizar la influencia de la calidad del servicio en la competitividad de la empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Investigar la literatura sobre calidad del servicio y competitividad en las organizaciones.
- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la calidad del servicio de la empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo.

- Desarrollar estrategias de competitividad que repercutan en la calidad del servicio de la empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo.

1.8 Justificación

La elección de investigar la influencia de la calidad del servicio en la competitividad de la empresa Meve Clean Service se basa en el papel fundamental que desempeña la calidad del servicio en la satisfacción del cliente, la retención de clientes y, en última instancia, en la posición competitiva en el mercado de servicios de limpieza.

La investigación sobre cómo la calidad percibida por los clientes impacta su nivel de satisfacción proporcionará información valiosa para mejorar la experiencia del cliente, además la relación entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente es fundamental. Clientes satisfechos son más propensos a ser leales y a continuar utilizando los servicios de Meve Clean Service. Es fundamental investigar este vínculo que contribuirá a estrategias efectivas de retención de clientes, porque en un mercado altamente competitivo, la calidad del servicio puede ser un diferenciador clave. Entender cómo la calidad del servicio puede posicionar a Meve Clean Service frente a la competencia permitirá el desarrollo de estrategias para destacar en el mercado.

Por tanto, la calidad del servicio tiene un impacto directo en la reputación de la marca, en el mismo sentido, investigar cómo la percepción de la calidad del servicio influye en la imagen de la marca permitirá fortalecer la posición de Meve Clean Service en la mente de los consumidores, debido a que clientes satisfechos no solo generan ingresos recurrentes, sino que también pueden convertirse en defensores de la marca y recomendar los servicios de Meve Clean Service. Esto contribuye a la sostenibilidad del negocio a largo plazo, incluso, la calidad del servicio también puede estar relacionada con la eficiencia operativa, por tanto,

investigar este aspecto puede revelar oportunidades para mejorar procesos internos, reducir costos y, al mismo tiempo, elevar la calidad percibida por los clientes.

La calidad del servicio es un indicador crucial de esta adaptabilidad, donde clientes satisfechos son propensos a realizar compras repetidas y a ser menos sensibles a los precios. Esto puede contribuir directamente a la rentabilidad de Meve Clean Service.

El tema sobre la calidad del servicio proporcionará información específica sobre áreas que necesitan mejora, impulsará una cultura de mejora continua dentro de la empresa. Meve Clean Service, al destacar en calidad de servicio, no solo beneficiará directamente a sus clientes, sino que también contribuirá positivamente a la comunidad empresarial y al sector de servicios de limpieza en general.

CAPÍTULO II

2.1 Marco teórico

Las organizaciones surgen para atender las necesidades de la sociedad a cambio de compensación económica por el riesgo y esfuerzo de los empresarios, donde la gestión administrativa es crucial para el éxito de un negocio, destacando la importancia de la gestión del talento humano para lograr colaboración efectiva, así como eficacia organizacional. En adición a ello, la gestión del talento varía en interpretación; algunos la ven como la gestión de individuos altamente valiosos, mientras que otros se centran en liberar el talento general. Evaluaciones de desempeño tradicionales miden la productividad actual, pero la gestión del talento también considera el potencial futuro con el desarrollo adecuado de habilidades (Mendivel et al., 2020).

Es relevante, por lo tanto, que la entidad empresarial debe ser considerada como un organismo social con un propósito de servicio hacia la comunidad, mostrando un fuerte compromiso y preocupación por el bienestar colectivo. En este sentido, las ganancias se perciben como una recompensa justa para el capital, contribuyendo así al progreso de la sociedad. Esto implica que los accionistas deben ser conscientes de la producción de las empresas y de su impacto directo e indirecto tanto dentro como fuera de ellas (Añez & Bonomie, 2010).

Y cuando se hace referencia a la calidad de las organizaciones, esta abarca un amplio significado que puede ser definida desde la perspectiva del cliente como el conjunto de características que cumplen con sus necesidades, siendo adecuada para su uso, satisfaciendo sus requerimientos (Zavala-Choez & Vélez-Moreira, 2023). En cuanto a la calidad en el servicio, este es el hábito desarrollado por una organización para entender las necesidades de

sus clientes y ofrecerles un servicio que sea accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, incluso en situaciones imprevistas o ante errores. El objetivo es que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, sorprendido con un valor superior al esperado, lo que resulta en mayores ingresos y menores costos para la organización (Pizzo, 2013).

Por ello, la importancia del servicio al cliente se destaca en el actual contexto de comercialización de servicios, donde la calidad del servicio desempeña un papel clave en la diferenciación empresarial. En la era de la Revolución Industrial, las máquinas cambiaron las funciones humanas, pero la percepción tradicional de una experiencia positiva del cliente ha perdurado. A pesar de ello, las fuentes de servicio al cliente aún no ofrecen los elementos familiares de sentirse bien atendido. El servicio al cliente se ha convertido en un pilar fundamental para la existencia y éxito de un negocio en este entorno comercial (Moreira-Ortega et al., 2023).

Es determinante, que la entidad empresarial sea considerada como un organismo social con un propósito de servicio hacia la comunidad, mostrando un fuerte compromiso y preocupación por el bienestar colectivo, donde las ganancias se perciben como una recompensa justa para el capital, contribuyendo así al progreso de la sociedad. Esto implica que los accionistas deben ser conscientes de la producción de las empresas y de su impacto directo e indirecto tanto dentro como fuera de ellas (Añez & Bonomie, 2010). Un aspecto clave que denota competitividad es ofrecer un servicio al cliente de calidad, porque implica generar una experiencia positiva para el cliente. Aunque los resultados deseados no siempre sean alcanzados, un buen servicio al cliente puede brindar la sensación de un trato justo. Cada

empresa debe integrar en su entrenamiento de servicio al cliente diversas características que contribuyan a proporcionar un servicio de calidad (Pacheco, 2019).

Actualmente las organizaciones buscan ser competitivos con respecto a la atención al cliente con el propósito de satisfacer las necesidades, buscando mejorar su productividad y mantenerse competitivos. El cliente ocupa un papel central y es el factor más crucial en el ámbito empresarial (Najul-Godoy, 2011), por consiguiente, la atención al cliente adquiere una relevancia significativa debido a la tendencia del mercado hacia la comercialización de servicios. La importancia de este servicio radica en su papel fundamental para diferenciar los negocios, convirtiéndose en un pilar esencial para la supervivencia de las instituciones en el mercado (Salazar-Yépez & Cabrera-Vallejo, 2016).

El concepto de Calidad de Servicio debido a su impacto en las evaluaciones de los clientes, examina la satisfacción del Cliente, ya que un cliente satisfecho tiende a ser leal y expresar comentarios positivos a otros. Por lo tanto, tanto la Calidad de Servicio como la Satisfacción del Cliente son aspectos críticos para comprender el éxito de la organización. En la definición conceptual de estos términos y con el objetivo de gestionar adecuadamente la Calidad de Servicio, es esencial comprender las expectativas de las personas en la actividad de consumo (Moliner-Cantos, 2001).

Comprender y gestionar la calidad de servicio, la competitividad, así como la satisfacción del cliente, influyen significativamente en las evaluaciones y lealtad de los clientes. Se enfoca en la idea de que un cliente satisfecho no solo permanece leal, sino que también comparte experiencias positivas con otros clientes potenciales. Además, se destaca la necesidad de entender las expectativas de las personas en la actividad de consumo para gestionar eficazmente la calidad del servicio. La perspectiva dual del comportamiento humano

mencionada se refiere a considerar tanto aspectos utilitarios (racionales y cognitivos) como hedonistas (emocionales y placenteros) al analizar las decisiones del consumidor.

Un servicio al cliente eficiente puede ser una herramienta de promoción tan efectiva como descuentos, publicidad o ventas personales, ya que atraer a un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más costoso que mantener uno existente, en consecuencia, las empresas se ven obligadas a establecer por escrito cómo actuarán en los servicios que ofrecerán. Dada la intensa competencia en los mercados y las diversas estrategias utilizadas para satisfacer a los clientes, se ha observado que los consumidores son más sensibles al servicio que reciben de sus proveedores, buscando la mejor opción en términos de tiempo, dinero y atención (Lira, 2009).

La eficacia del servicio al cliente como una herramienta promocional clave, equiparable en impacto a descuentos, publicidad o ventas personales. Subraya la elevada inversión requerida para atraer nuevos clientes en comparación con la retención de clientes existentes. Ante la competencia intensa y las diversas estrategias de satisfacción del cliente, las empresas se ven obligadas a documentar sus enfoques en los servicios que ofrecen. Además, destaca la creciente sensibilidad de los consumidores hacia la calidad del servicio, priorizando la búsqueda de la mejor opción en términos de tiempo, dinero y atención.

Es importante señalar que en cualquier organización surgen factores internos que contribuyen a la formación de su cultura. En el caso específico de la cultura de servicio, esta se origina debido a los esfuerzos de las empresas para alinear todos sus elementos internos hacia la atención al cliente. La manera más efectiva de cumplir con las expectativas de los clientes depende en gran medida del comportamiento de los miembros de la organización, quienes, influenciados por la cultura existente, reflejan este enfoque en sus interacciones con

los clientes (García, 2016), como resultado, se cuenta con programas de fidelización de clientes como estrategias empleadas para comprender mejor al cliente y establecer un vínculo duradero con la marca. La clave radica en diseñar un programa eficaz, identificando segmentos específicos, su valor y las acciones comerciales más efectivas. El éxito depende en gran medida de una comunicación efectiva para que el cliente, y que se sienta involucrado y valioso para la empresa. Se destaca que la satisfacción del cliente, medida por la comparación entre expectativas y resultados. Es fundamental para fomentar la lealtad del cliente, siendo un indicador relevante del valor percibido (Peña et al., 2015). Se pone énfasis en la importancia de diseñar programas de manera efectiva, identificando segmentos específicos y acciones comerciales pertinentes. La comunicación eficiente desempeña un papel crucial para involucrar al cliente y hacerlo sentir apreciado. Se recalca que la satisfacción del cliente, evaluada a través de la comparación entre expectativas y resultados, resulta esencial para fomentar la lealtad y la competitividad (Cantarero & Castro, 2023).

Para la Compañía Meve Clean Service, contratar servicios de limpieza y desinfección mensuales beneficia la calidad de vida y condiciones laborales de su recurso humano. Se crea un plan de Limpieza que aborda todas las áreas, asegurando una limpieza exhaustiva. Es fundamental que también la organización, con la inclusión de cajas de archivos y digitalización, contribuye a mejorar la eficiencia y limpieza de los espacios de trabajo (Carballo, 2006). También es crucial implementar el ciclo de servicio en la empresa, identificando los diversos momentos clave de interacción, conocidos como "momentos de la verdad". Donde se busca establecer una secuencia consistente de eventos, donde distintas personas se esfuerzan por satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en cada uno de estos puntos (Chacón & Bernaola, 2016). La empresa establece un protocolo para la atención

y servicio al usuario, lo que se constituye en una guía dirigida a todos los colaboradores de la entidad. Su objetivo es establecer pautas generales comprometidas con la prestación de un servicio de calidad y una atención al cliente eficiente. Se destaca que el cliente ocupa un lugar central en este propósito, siendo tanto el objetivo final como el medio para alcanzarlo.

Contar con un protocolo de servicio al cliente no solo implica establecer parámetros de comunicación, sino que también facilitará a tus empleados mantener una coherencia en la forma en que responden a las preguntas y quejas de los clientes, evitando inconvenientes. El protocolo de servicio al cliente agiliza respuestas, fomenta diálogos fluidos y refuerza a los representantes, proporcionando información clave para resolver conflictos. Asegura una interacción positiva al anticipar escenarios comunes, estandariza procedimientos y garantiza la calidad del servicio, siempre que esté redactado de manera clara y detallada (Hammond, 2002).

Un protocolo de atención al cliente es una guía que establece normas para que los empleados brinden un servicio excepcional. Incluye directrices de interacción, planes para situaciones inesperadas y sirve como base para la capacitación del equipo. Es necesario además unificar criterios, definir comportamientos deseados y asegurar calidad en todos los canales de contacto (Zendesk, 2023).

La mejora continua de toda organización, en este caso de Meve Clean Service, se basa en el proceso fundamental de la calidad del servicio al cliente, considerando las opiniones, sugerencias y reclamos relacionados con el servicio proporcionado (BRITISH COUNCIL, 2021). Se Considera la calidad como una variable cuantificable precisa, proponiendo que las disparidades en la calidad se deben a diferencias en la cantidad de un ingrediente o atributo presente en el producto. Dado que esta perspectiva es completamente objetiva, no tiene en

cuenta las variaciones en los gustos, necesidades y preferencias de clientes individuales o incluso de segmentos de mercado enteros (Vela & Zavaleta, 2014).

Para orientar el enfoque gerencial hacia la cultura del servicio, es prioritario identificar las áreas críticas de éxito en la organización que se centren en satisfacer al cliente. Estas áreas clave incluyen marketing, ventas, facturación, cartera y servicio al cliente. Dado que la cultura del servicio está arraigada en mitos, creencias y hábitos, la filosofía debe integrar al cliente como el núcleo del modelo, proponiendo un cambio en la estructura organizacional, donde el cliente ocupa el nivel más alto, seguido de divisiones y subgerencias, y la gerencia en la base, encargada de gestionar la relación con los usuarios (Restrepo et al., 2006).

Los trabajadores en la industria de limpieza necesitan ambientes seguros y saludables, motivo por el cual se han creado recursos educativos como son las hojas informativas y carteles gráficos. Estos productos son versátiles, aplicándose en empresas de diferentes tamaños y lugares como escuelas, oficinas y propiedades de alquiler. Las sugerencias para gerentes buscan proporcionar consejos útiles para la gestión de personal y carga de trabajo, buscando aumentar la productividad de manera segura. Utilizar esta información de hojas informativas y carteles gráficos, puede reducir costos para empleadores y mejorar la salud y seguridad de los empleados, beneficiando a ambas partes (Departamento de Relaciones Industriales del Estado de California, 2015).

Es preciso, además, que se debe llevar un proceso de reclutamiento que se inicia considerando las necesidades presentes y futuras de recursos humanos en organizaciones. Las actividades asociadas con la exploración y la intervención se centran en proporcionar a las empresas perfiles adecuados para las contrataciones, cumpliendo con los requisitos laborales y facilitando el proceso de selección. La eficacia del reclutamiento depende de definir con precisión el perfil del trabajador necesario. Esta labor

puede resultar agotadora y poco agradecida, especialmente cuando los roles no están bien definidos y se carece de herramientas para acceder a fuentes idóneas de currículos de candidatos interesados (Pérez et al., 2022).

2.2 Marco Conceptual

Estrategias

Podemos definir la estrategia como la “Forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos” O también “Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa” (Fernández, 2012).

Capacitación

McClelland (1973) denomina capacitación como el desarrollo de habilidades específicas para el trabajo y se plantea un enfoque de ésta para el desarrollo de competencias laborales.

Estrategias de capacitación

La estrategia de capacitación establece los nexos interdisciplinarios para lograr el enfoque integral de la dirección del proceso educativo desarrollador de las educadoras y las acciones de capacitación, interrelacionadas dialécticamente, sobre la base de la autosuperación dirigida (Zayas, 2019).

Atención

La atención es aquel proceso cognitivo que pone en funcionamiento una serie de procedimientos que permite que las personas estemos atentas a aquella información que recibimos, los mecanismos implicados ayudan a procesar la información que se encuentra a

nuestro alrededor y posibilita que seleccionemos la respuesta o tarea que vamos a ejecutar como consecuencia de esa recepción informativa (Villarroya, 2017).

Cliente

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Thompson, 2009).

Atención al cliente

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta (Da Silva, 2020).

Calidad

Según Mize (2023) la calidad es el proceso de mejora continua, en donde todas las áreas de una organización participan activamente en el desarrollo de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes logrando así mejorar su productividad

Servicios

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo (Aguilar-Morales & Vargas, 2010).

Calidad de servicios

Según Alfonso (2019) cuando se habla de calidad del servicio se habla de satisfacción del cliente, buscar la primera tiene como objetivo fundamental la consecución de la segunda. Para lograrla se parte del trabajo bien hecho y del conocimiento del cliente, de tal manera que lo que reciba colme sus expectativas.

Limpieza

Es deshacerse de la suciedad visible, la 'limpieza previa se refiere a la eliminación de fluidos corporales y otros contaminantes antes de la desinfección o esterilización. Una limpieza previa adecuada disminuirá sustantivamente la carga de patógenos y eliminará residuos orgánicos e inorgánicos a fin de facilitar la reprocesamiento (Sattar, 2011).

Desinfección

Según Rosas y Arteaga (2005), la desinfección son maniobras que destruyen gérmenes patógenos o formas de vida vegetativas, limitando el riesgo de contaminación, aplicados sobre tegumentos (piel y mucosa) e instrumentos, objetos, ambientales, mediante procedimientos mecánicos (limpieza, lavado) físicos (calor húmedo y seco, vapor de agua saturado a presión) y químicos.

Bioseguridad

La bioseguridad entrega un enfoque estratégico que, a través de la implementación de técnicas, principios y prácticas apropiadas, permite prevenir la exposición involuntaria a agentes químicos, físicos, patógenos y toxinas. Por lo tanto, la bioseguridad se debe entender como una doctrina de comportamiento que promueve el manejo responsable durante la manipulación, no sólo de agentes patógenos o infecciosos, sino además de sustancias químicas y residuos peligrosos (Correa et al., 2019).

Presupuesto

El presupuesto es una herramienta de planeación que expresa en términos financieros o monetarios las operaciones y recursos que forman parte de la empresa en un período de tiempo determinado, para lograr los objetivos fijados por la organización en su estrategia. así mismo, es un plan que integra y coordina todas las áreas, actividades, departamentos y responsables de la empresa, expresando de forma monetaria y cuantificada los objetivos que la organización quiere lograr (González, 2021).

Oferta

Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía (López, 2020).

Demanda

Según Peiro (2020), el significado de demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos

2.3 Marco legal

Derecho a la salud y su protección

Art. 1.- La presente Ley tiene como finalidad regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrado en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad,

irrenunciabilidad, indivisibilidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia; con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético (Asamblea Nacional, 2016).

Art. 2.- Todos los integrantes del Sistema Nacional de Salud para la ejecución de las actividades relacionadas con la salud, se sujetarán a las disposiciones de esta Ley, sus reglamentos y las normas establecidas por la autoridad sanitaria nacional (Asamblea Nacional, 2016).

Art. 5.- La autoridad sanitaria nacional creará los mecanismos regulatorios necesarios para que los recursos destinados a salud provenientes del sector público, organismos no gubernamentales y de organismos internacionales, cuyo beneficiario sea el Estado o las instituciones del sector público, se orienten a la implementación, seguimiento y evaluación de políticas, planes, programas y proyectos, de conformidad con los requerimientos y las condiciones de salud de la población (Asamblea Nacional, 2016).

Servicio Nacional de Contratación Pública

Art. 1.- Habilitar los productos pertenecientes a la categoría de “Servicios de Limpieza 2022-2025”, signado con el código FISP-SERCOP-002-2022 en el Catálogo Dinámico Inclusivo y a los proveedores adjudicados dentro del procedimiento de feria inclusiva antes referido (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Art. 2.- Terminar los convenios marco de los productos: LIMPIEZA DE INTERIORES tipo i; limpieza de interiores tipo ii; limpieza de interiores y exteriores tipo iii; servicio integral de limpieza en edificaciones con alta afluencia de usuarios; servicio de limpieza de inmuebles (interiores y exteriores); servicio de limpieza de unidades educativas, de las categorías del Servicio de Limpieza en el Producto Limpieza de Oficinas de Código CDI-

SERCOP-001-2015 y Servicios de Limpieza signado con el código CDI-SERCOP-006-2016, una vez que los productos antes mencionados sean excluidos del Catálogo Dinámico Inclusivo (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Art. 3.- Los convenios marco que incluyan productos distintos a los señalados en el artículo 2, que pertenezcan a los catálogos de Servicio de Limpieza en el Producto Limpieza de Oficinas signado con el Código CDI-SERCOP-001-2015 y Servicios de Limpieza de signado con el código CDI-SERCOP-006-2016, continuarán vigentes (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Art. 4.- Los proveedores interesados podrán incorporarse en los productos de la categoría de “Servicios de Limpieza 2022-2025”, signado con el código FISP-SERCOP-002-2022 de manera permanente e ininterrumpida, una vez que cumplan con los requerimientos establecidos en el pliego del procedimiento y a partir de la habilitación de dicha categoría en el Catálogo Dinámico Inclusivo (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Art. 5.- Disponer a la Dirección de Compras Inclusivas informar a las entidades contratantes sobre los productos del servicio de limpieza de los Catálogos Dinámicos Inclusivos existentes (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Art. 6.- Disponer a la Dirección de Desarrollo de Proveedores la notificación a los proveedores catalogados en los productos señalados en el artículo 2, con el contenido de la presente resolución (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Art. 7.- Encargar a la Dirección de Compras Inclusivas, la publicación de la presente resolución en el portal de compras públicas en los procedimientos signados con el código: CDI-SERCOP-001-2015; CDI-SERCOP-006-2016; y, FISP-SERCOP-002-2022; así como

también, en el portal institucional del Servicio Nacional de Contratación Pública, en el micro sitio del Catálogo Dinámico Inclusivo (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2023).

Normas ISO 9001-2008

De acuerdo a (Secretaría central de ISO, 2008) el compromiso de la dirección tiene los siguientes ítems: La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad.

Comunicando al recurso humano lo indispensable que es satisfacer los requisitos del cliente, así como legales y reglamentarios:

- ✓ Fijando políticas de calidad
- ✓ Constatando que los objetivos de la calidad fueron fijados
- ✓ Llevando un control por medio de la dirección

De acuerdo a (Secretaría central de ISO, 2008) en la comunicación con el cliente: La empresa es la encargada de determinar políticas de comunicación personal-cliente sobre el producto:

- ✓ Información del producto
- ✓ Consultas, atención de pedidos
- ✓ Retroalimentación del cliente, incluidas las quejas

Para la (Secretaría central de ISO, 2008) en el control de la producción y de la prestación del servicio: La organización es la encargada de planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas. Estas deben incluir:

- ✓ La disponibilidad de información que describa las características del producto

- ✓ La disponibilidad de instrucciones de trabajo cuando sea necesario
- ✓ El uso del equipo necesario
- ✓ La disponibilidad y uso de equipos de seguimiento y medición
- ✓ La implementación del seguimiento y de la medición
- ✓ La implementación de actividades de liberación entrega del producto.

Según (Secretaría central de ISO, 2008) en el seguimiento y medición del producto:

- ✓ La empresa es la encargada de realizar el seguimiento y medir las características del producto para constatar si se cumplen con los requisitos del mismo.
- ✓ Los registros deben indicar las personas que autorizan la liberación del producto al cliente. La liberación del producto y la prestación del servicio al cliente no se deben llevar a cabo antes de que se hayan constatado satisfactoriamente las disposiciones planificadas

Según SECRETARÍA CENTRAL DE ISO (2008) en el seguimiento y medición del producto:

- ✓ La empresa debe asegurarse de que el producto que no sea conforme con los requisitos del producto, se identifica y controla para prevenir su uso o entrega no intencionados.
- ✓ Tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada. Autorizando su uso, liberación o aceptación bajo concesión por una autoridad competente.
- ✓ Tomando acciones para impedir su uso o aplicación previa originalmente.
Tomando acciones apropiadas a los fetos reales o potenciales.

2.4 Marco ambiental

Las normas ambientales que debe cumplir una empresa de limpieza en Ecuador, la Ley Orgánica del Ambiente de Ecuador (LOA) es la norma principal que regula la protección y conservación del medio ambiente en el país una empresa de limpieza debe cumplir con las normas técnicas ambientales que regulan los aspectos específicos de su actividad, tales como la gestión de residuos sólidos y líquidos, la prevención y control de la contaminación atmosférica, acústica y visual, el uso racional y eficiente de los recursos naturales, la protección de la biodiversidad y los ecosistemas, entre otros una empresa de limpieza debe respetar los derechos ambientales reconocidos en la Constitución de Ecuador, tales como el derecho a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el derecho a participar en las decisiones que afecten al ambiente, el derecho a acceder a la información ambiental, el derecho a exigir la reparación integral por los daños ambientales causados (Código Orgánico del Ambiente, 2017)

2.5 Variables

2.5.1 Variable independiente

Calidad del servicio

2.5.2 Variable dependiente

Competitividad

2.6 Operacionalización de las variables

Variable Dependiente: Competitividad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEM BASICO	TÉCNICA A EMPLEAR
Competitividad, es la capacidad de un determinado país o región de generar mayores tasas de crecimiento y empleo de manera sostenible (Unión Europea, 2001)	Planificación estratégica y operativa.	Procesos estratégicos Procesos operativos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el cargo que ocupa? • ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo? • ¿La empresa cuenta con un manual de procesos y procedimientos que es socializado con el personal? • ¿La empresa tiene una misión y visión definidas que son socializados con el personal? • ¿Cada qué tiempo implementan nuevas tecnologías o métodos de limpieza? 	Entrevista al recurso humano de Meve Clean Service
	Satisfacción del cliente	Índice de satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo garantiza realizar un trabajo de manera eficaz y seguro que deje al cliente satisfecho? • ¿Con que frecuencia mide el nivel de satisfacción de los clientes • ¿Qué herramientas utiliza para ofrecer un servicio de calidad y medir el nivel de satisfacción de los clientes? 	
	Satisfacción del recurso humano		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el proceso de reclutamiento del personal? • ¿Qué aspectos importantes considera usted para generar un mejor rendimiento laboral en la organización? • ¿Cuáles son las técnicas que ha implementado para mantener al 	

	Índice de satisfacción del recurso humano.	personal motivado y satisfecho en la empresa? <ul style="list-style-type: none">• ¿Cómo es evaluado el rendimiento del recurso humano dentro de la empresa, y cada que tiempo se lo hace?• ¿Cada qué tiempo se capacita al personal?• ¿Cuáles son los temas de las capacitaciones dictadas al personal, y en base a qué se los escoge?
Rentabilidad	Indicadores financieros	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué estrategias utiliza para medir el nivel financiero y economizar gastos dentro de la empresa?• ¿Con que frecuencia se revisan los indicadores y estados financieros para la toma oportuna de decisiones?

Variable independiente Calidad del servicio

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICACIONES	ITEM BASICO	TÉCNICA A EMPLEAR
Calidad del servicio es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre el consumidor y la marca (Cardozo, 2021)	Fiabilidad y empatía	Horarios de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera Ud. que se cumple con los horarios de limpieza de las instalaciones del edificio, por parte de la empresa Meve Clean? • ¿Considera Ud. que los trabajadores de la empresa Meve Clean están entrenados y cualificados? • ¿Si le hace un requerimiento a un trabajador de Meve Clean con respecto a la limpieza de alguna área, es solucionado inmediatamente? • ¿Considera Ud. amable y respetuoso el trato de los trabajadores de Meve Clean hacia la comunidad? 	Entrevista a usuarios del servicio de Meve Clean Service.
		Respuesta a las solicitudes		
		Tipo de necesidades específicas de los clientes.		
Seguridad y Responsabilidad	Tipos de normas	Tipos de normas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Las paredes están limpias y en buen estado? • ¿Las escaleras están limpias y libre de obstáculos? • ¿Los suelos, pasillos laboratorios, están limpios, secos y libres de obstáculos? • ¿Las ventanas y el sistema de iluminación están limpias y con buen mantenimiento? 	
		Protocolos de seguridad		

	Clases de equipos de protección personal	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Los equipos de trabajo que utilizan para la limpieza, se encuentran en buen estado?
	Normas de seguridad laboral	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Los trabajadores de la empresa, cuentan con equipo de protección individual y ropa de trabajo adecuada?
	Equipos de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Los contenedores de residuos están accesible a los lugares de trabajo?
	Tipo de material	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Están claramente identificados los contenedores de residuos especiales? • ¿Se evita el rebose de los contenedores?
Comunicación		<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera Ud. que la comunicación con los trabajadores de la empresa Meve Clean es fluida?
	Comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe disponibilidad por parte de los trabajadores de Meve Clean para responder preguntas y proporcionar información?

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

3.1. Plan de Investigación

En el presente trabajo de investigación, además de implementar nuevas metodologías, Se han llevado a cabo una serie de actividades específicas para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto investigativo, se tomarán acciones o técnicas útiles para analizar, abordar y encuadrar las cuestiones planteadas, abordando los problemas que se presentan en la actualidad en la empresa Meve Clean Service, aportando en la implementación de métodos de soluciones que presenten una propuesta de un programa de capacitación para el personal de apoyo que buscan aportar en cumplir con las necesidades de los usuarios y al mismo tiempo cumplir con los estándares de servicio de calidad

3.2. Tipos de Investigación

Exploratoria: Se adoptó este enfoque porque el objetivo era investigar el tema y su entorno de manera más amplia.

Descriptivo: El método que se empleó fue descriptivo, y también fue el método que se utilizó para recopilar, ordenar, resumir, presentar, analizar y generalizar los resultados de las observaciones esta metodología requería la recopilación y presentación sistemática de datos para proporcionar una comprensión clara del problema que se estaba abordando.

Se utilizó la investigación descriptiva para regular cada aspecto que se utilizó

Analítico: Este enfoque implica diseccionar una entidad en sus partes o elementos constitutivos para comprender sus causas, naturaleza y efectos, el análisis e es la observación e investigación de un evento en particular era necesario comprender la naturaleza del objeto estudiado para comprender el problema al hacer esto, puede establecer nuevas teorías y juzgar su viabilidad también puedes utilizar esto para explicar la situación, hacer analogías, comprender mejor el comportamiento del objeto que se está estudiando y establecer nuevas teorías. Esta investigación permitió conocer qué tan efectivo y rentable será el negocio al implementar el plan en el cantón Portoviejo

Propositiva: Este tipo de estudio a partir del análisis de la realidad y del sustento teórico, la investigación propositiva tiene como objetivo producir una propuesta o solución a un problema o una necesidad identificada

3.3 Método de investigación

Método Inductivo: El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos, como el caso del presente proyecto de investigación ya que ayudo observar los casos particulares de los clientes de la empresa Meve Clean Service, sus necesidades, sus expectativas y su satisfacción con el servicio analizar los datos recogidos de los clientes y usuarios, buscar patrones o tendencias que indiquen qué factores influyen en la calidad de servicios que oferta la empresa

3.4 Fuentes de información

Fuentes primarias: Fue elaborado en base a información obtenida del sitio de investigación de la empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo, esta información se obtuvo en entrevista con el Gerente General, Presidente y Jefe de Talento Humano de la empresa.

Además de encuestas dirigidas a los usuarios del servicio de limpieza, en este caso a personal administrativo, docentes y estudiantes que usan el edificio No. 4 de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Fuentes secundarias: Los datos secundarios son datos, hechos o cifras que alguien recoge previamente para su trabajo investigativo o proyecto, la investigación o informes que preparan otros investigadores, también es útil en el presente proyecto ya que esta información nos ahorrara trabajo, tiempo y dinero.

Esta información respalda el desarrollo de la investigación ya que se incorpora a recursos como libros, carpetas, artículos, otros materiales que se utilizan como nuevas herramientas

3.5 Modalidades de la investigación

Modalidad Bibliográfica: Debido a que se tuvo en cuenta información de fuentes escritas incluyendo información de Internet, libros, revistas y páginas web, entre otras no sólo fue relevante sino también muy actual e influyó significativamente en la conclusión de esta investigación científica

Modalidad de Campo: Se da a entender que se trata de una investigación de campo que ha examinado en el lugar de los hechos, como lo es el caso de la compañía Meve Clean, utilizando métodos de entrevistas y encuestas a las personas que nos podrían brindar la información, sin pasar por alto el valor de la observación directa.

3.6 Técnicas e Instrumentos

En el presente proyecto, la entrevista se dará con el gerente general, Presidente y Jefe de Talento Humano de la compañía Meve Clean Servicio de la empresa, y una encuesta con usuarios del servicio. Los instrumentos de esta investigación son cuestionarios elaborados

con preguntas cerradas para la encuesta, así como preguntas abiertas y semiestructuradas para la entrevista.

3.7 Población

La población corresponde a 3 personas de la empresa Meve Clean Service: Gerente, Presidente y Jefe de Talento Humano; además, los usuarios del edificio 4 de la Universidad San Gregorio de Portoviejo que incluye a: 513 estudiantes, 19 docentes, 2 personas del personal administrativo y 2 de personal de servicios.

3.8 Muestra

Para el cálculo de la muestra, se hizo uso de la fórmula para población finita

n = Muestra

N = Población (536)

P = Nivel de éxito (5%)

Q = Nivel de fracaso (5%)

Z = Nivel de confiabilidad (95%)

e = Nivel de significancia o margen de error (0,05)

$$n = \frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(Z)^2 * P * Q + (N - 1) (e)^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 536}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + 535 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{514.7744}{2.2979} = 224 \text{ personas}$$

Capítulo IV

4.1 Descripción de la variable independiente: Calidad del servicio

Calidad de servicio

La calidad de servicio es el horizonte que debe orientar a todos los miembros de la empresa y sus operaciones, por cuanto el éxito de éstas se sustenta en la atención al cliente. Se ha convertido en un requisito imprescindible para competir en el contexto de las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas involucradas en el proceso de atención al cliente (Godoy N. , 2011)

Fiabilidad y empatía

La empatía es un concepto multidimensional, en los contextos clínicos se define como una capacidad predominantemente cognitiva relacionada con la habilidad para comprender como influyen las experiencias y sentimientos de los pacientes sobre su proceso de salud, junto con la capacidad para comunicar esta comprensión a los pacientes (Díaz Valentín, 2020)

La fiabilidad, también llamada confiabilidad, es el grado de estabilidad y consistencia de una prueba o instrumento de medición que es aplicado en más de una ocasión (Villanueva, 2023).

Con base a las variables y dimensiones de la variable independiente, se elaboró un cuestionario con preguntas cerradas, cuyos resultados se presentarán luego de la fundamentación teórica:

1. **¿Considera usted que se cumple con los horarios de limpieza de las instalaciones del edificio por parte de la empresa Meve Clean?**

Tabla 1. Horarios

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	207	92%
De acuerdo	17	8%
No se		
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

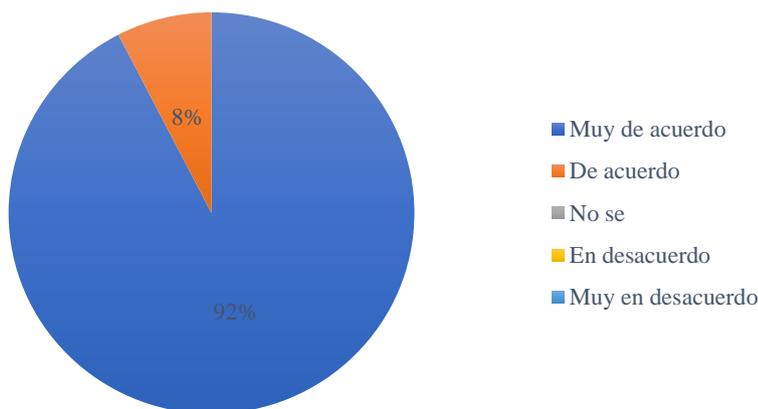


Figura 1. Horarios

Análisis: La amplia mayoría de los encuestados (92%) expresó estar "Muy de acuerdo" con la puntualidad de la empresa Meve Clean en los horarios de limpieza de las instalaciones del edificio. Solo un pequeño porcentaje (8%) indicó estar "De acuerdo". Estos resultados revelan un alto nivel de satisfacción y confianza en la eficiencia de Meve Clean para cumplir con los horarios establecidos. La abrumadora aprobación sugiere un desempeño excepcional por parte de la empresa en el cumplimiento de las tareas de limpieza, generando una percepción positiva entre los usuarios del edificio.

2. ¿Considera usted que los trabajadores de la empresa Meve Clean están entrenados y calificados?

Tabla 2. Entrenamiento

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	195	87%
De acuerdo	20	9%
No se	9	4%
Desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

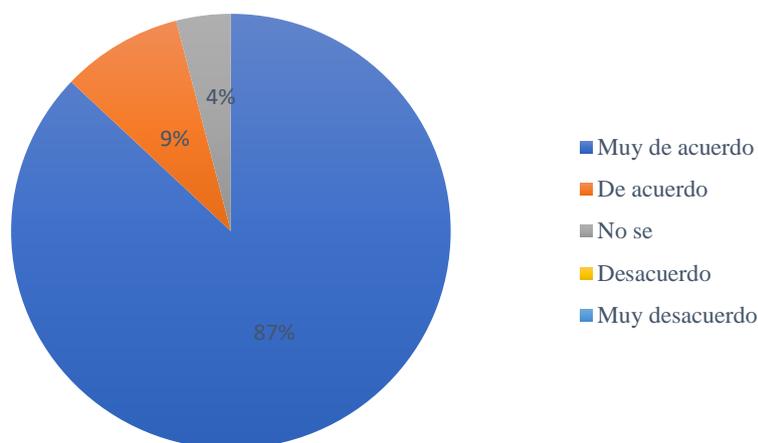


Figura 2. Entrenamiento

Análisis: La gran mayoría de los encuestados (87%) está "Muy de acuerdo" en que los trabajadores de Meve Clean están bien entrenados y calificados, mientras que un 9% está "De acuerdo". Solo un pequeño porcentaje (4%) seleccionó "No se". Estos resultados reflejan una fuerte confianza en la competencia y habilidades de los empleados de Meve Clean. La alta proporción de respuestas positivas sugiere que la empresa ha logrado mantener altos estándares de formación y cualificación de su personal, generando así una percepción positiva entre los usuarios respecto a la idoneidad y profesionalismo de los trabajadores de la empresa.

3. ¿Si le hace un requerimiento a un trabajador de Meve Clean con respecto a la limpieza de alguna área, es solucionado inmediatamente?

Tabla 3. *Requerimiento*

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	203	91%
De acuerdo	19	8%
No se		
En desacuerdo	2	1%
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

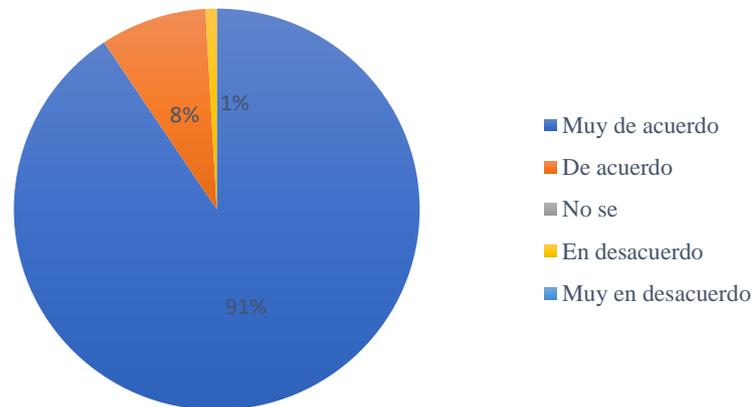


Figura 3. *Requerimiento*

Análisis: La abrumadora mayoría de los encuestados (91%) está "Muy de acuerdo" en que los requerimientos de limpieza dirigidos a los trabajadores de Meve Clean se solucionan de inmediato. Un 8% está "De acuerdo", mientras que solo un mínimo 1% expresó "En desacuerdo". Estos resultados destacan una eficaz y rápida respuesta por parte de Meve Clean a las solicitudes de los usuarios, generando una percepción positiva sobre la capacidad de la empresa para abordar y resolver las necesidades específicas de limpieza de manera eficiente. La baja tasa de desacuerdo sugiere un servicio receptivo y satisfactorio.

4. ¿Considera usted amable y respetuoso el trato de los trabajadores de Meve Clean hacia la comunidad?

Tabla 4. *Trato*

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	210	93%
De acuerdo		
No se	8	4%
En desacuerdo	6	3%
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

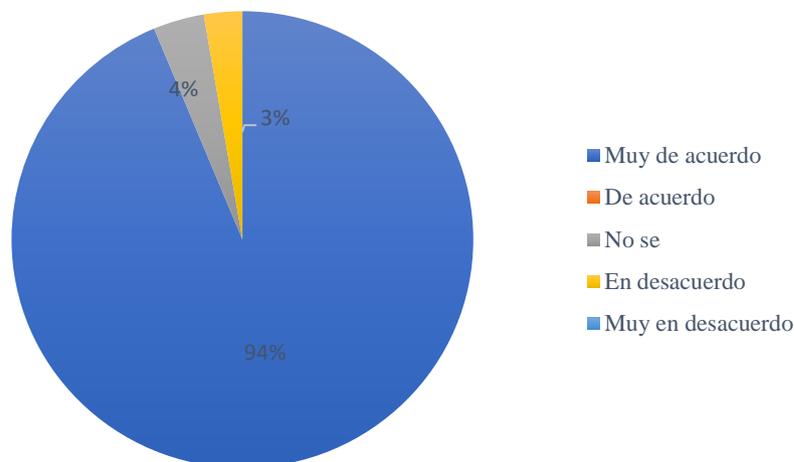


Figura 4. *Trato*

Análisis: La gran mayoría de los encuestados (93%) está "Muy de acuerdo" en percibir el trato de los trabajadores de Meve Clean como amable y respetuoso hacia la comunidad. Solo un 4% respondió "No se", indicando una cierta incertidumbre, mientras que un mínimo 3% expresó "En desacuerdo". Estos resultados sugieren una fuerte aprobación del comportamiento positivo y cortés de los empleados de Meve Clean hacia la comunidad. La proporción minoritaria de respuestas menos positivas podría indicar áreas de mejora en la percepción de algunos usuarios, pero en general, la mayoría refleja una imagen positiva de la empresa.

Responsabilidad

La responsabilidad social empresarial , también conocida como responsabilidad social corporativa, ha evolucionado en las últimas décadas , además de ser considerada como un compromiso voluntario de las empresas en integrar las dimensiones social y ambiental en sus operaciones de negocio y en sus relaciones con los grupos de interés, es un principio rector para el crecimiento económico y desarrollo de las empresas , además ha tenido un interés creciente en investigación (Mantilla, 2019).

5. ¿Las paredes están limpias y en buen estado?

Tabla 5. Paredes limpias

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	215	96%
De acuerdo	4	2%
No se	5	2%
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

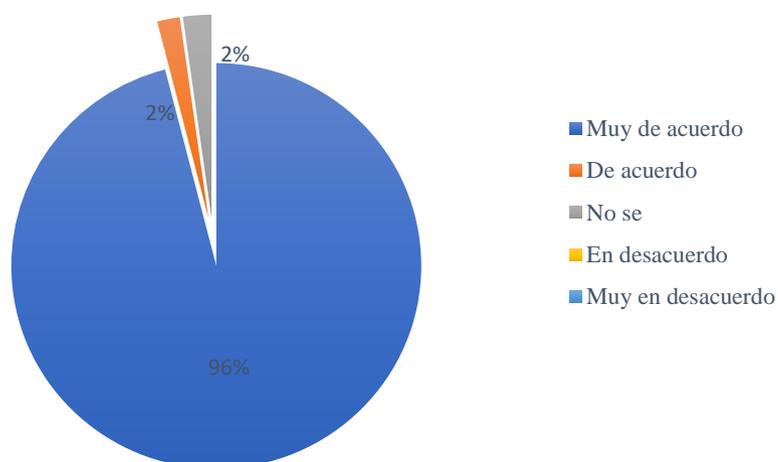


Figura 5. Paredes limpias

Análisis: La casi totalidad de los encuestados (96%) está "Muy de acuerdo" en que las paredes están limpias y en buen estado, indicando un alto grado de satisfacción. Un pequeño porcentaje (2%) está "De acuerdo", mientras que un mínimo 2% respondió "No se". Estos resultados sugieren un mantenimiento eficaz de las paredes, generando una percepción positiva en la comunidad. La baja proporción de respuestas menos afirmativas podría deberse a la falta de conocimiento o atención específica. En general, la alta aprobación refleja un ambiente visualmente cuidado y bien mantenido en las instalaciones.

6. ¿Las escaleras están limpias y libres de obstáculos?

Tabla 6. Escaleras

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	203	91%
De acuerdo	7	3%
No se	12	5%
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo	2	1%
Total	224	100%

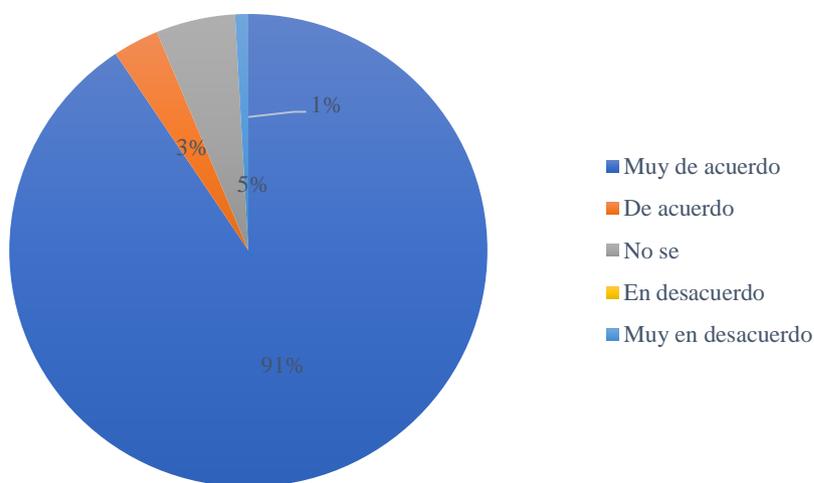


Figura 6. Escaleras

Análisis: La mayoría de los encuestados (91%) está "Muy de acuerdo" en que las escaleras están limpias y libres de obstáculos, indicando un nivel alto de satisfacción. Un 3% está "De acuerdo", mientras que un 5% respondió "No se", posiblemente indicando una percepción ambivalente o falta de información específica. Solo un mínimo 1% expresó estar "Muy en desacuerdo". Estos resultados sugieren en general un mantenimiento efectivo de las escaleras, pero la proporción de respuestas "No se" podría indicar la necesidad de mayor claridad o comunicación sobre las condiciones de las escaleras.

7. ¿Los suelos, pasillos, laboratorios están limpios, secos y libres de obstáculos?

Tabla 7. Suelos

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	180	80%
De acuerdo	33	15%
No se	1	0,44%
En desacuerdo	8	4%
Muy en desacuerdo	2	0,56%
Total	224	100%

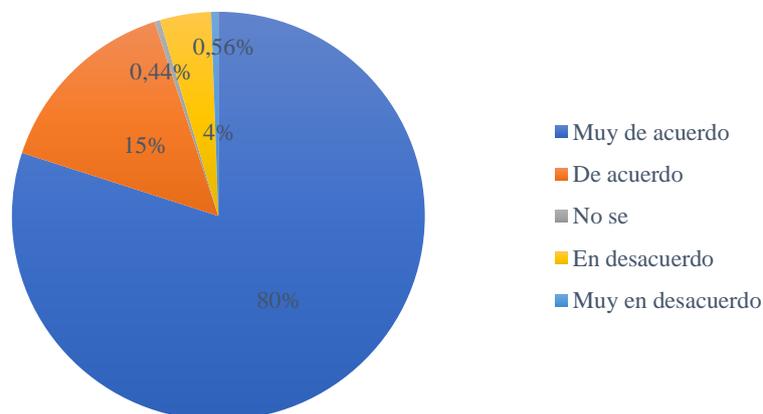


Figura 7. Suelos

Análisis: La mayoría de los encuestados (80%) está "Muy de acuerdo" en que los suelos, pasillos y laboratorios están limpios, secos y libres de obstáculos, reflejando un nivel general de satisfacción con la limpieza y seguridad. Un 15% está "De acuerdo", mientras que un pequeño porcentaje (0.44%) respondió "No se", indicando posible falta de información o atención a estas áreas específicas. Un 4% expresó "En desacuerdo", y solo un mínimo 0.56% está "Muy en desacuerdo". Estos resultados sugieren un buen mantenimiento, pero la necesidad de abordar las áreas de desacuerdo para mejorar la percepción general.

8. ¿Las ventanas y el sistema de iluminación están limpias y con buen mantenimiento?

Tabla 8. Ventanas

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	208	93%
De acuerdo	16	7%
No se		
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

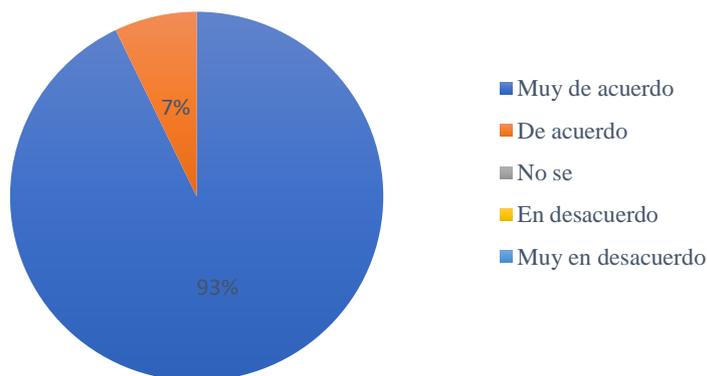


Figura 8. Ventanas

Análisis: La abrumadora mayoría de los encuestados (93%) está "Muy de acuerdo" en que las ventanas y el sistema de iluminación están limpios y bien mantenidos, reflejando un alto nivel de satisfacción con la calidad y el cuidado de estos elementos. Un 7% está "De acuerdo". Estos resultados indican una percepción positiva y una eficaz gestión del mantenimiento en cuanto a ventanas e iluminación, generando una sensación de atención a los detalles y ambiente bien cuidado. La baja proporción de respuestas menos afirmativas sugiere un alto estándar de mantenimiento y atención por parte de la empresa.

9. ¿Las señales de seguridad están visibles y correctamente distribuidas?

Tabla 9. Señales de seguridad

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	213	95%
De acuerdo	8	4%
No se		
En desacuerdo	3	1%
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

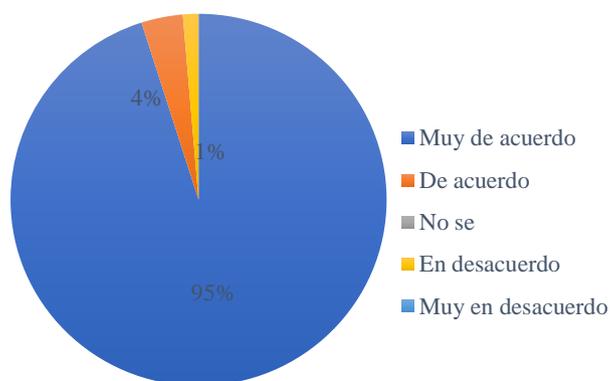


Figura 9. Señales de seguridad

Análisis: La gran mayoría de los encuestados (95%) está "Muy de acuerdo" en que las señales de seguridad están visibles y correctamente distribuidas, evidenciando una fuerte

aprobación en la gestión de la seguridad en las instalaciones. Un 4% está "De acuerdo", y solo un pequeño 1% expresó "En desacuerdo". Estos resultados sugieren un eficiente sistema de señalización que contribuye a la percepción de un entorno seguro y bien organizado. La baja proporción de respuestas desfavorables indica una efectiva implementación y mantenimiento de las señales de seguridad, generando confianza en la comunidad respecto a la atención a la seguridad.

10. ¿Los equipos de trabajo que utilizan para la limpieza se encuentran en buen estado?

Tabla 10. *Equipos de trabajo*

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	217	97%
De acuerdo	5	2%
No se	2	1%
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

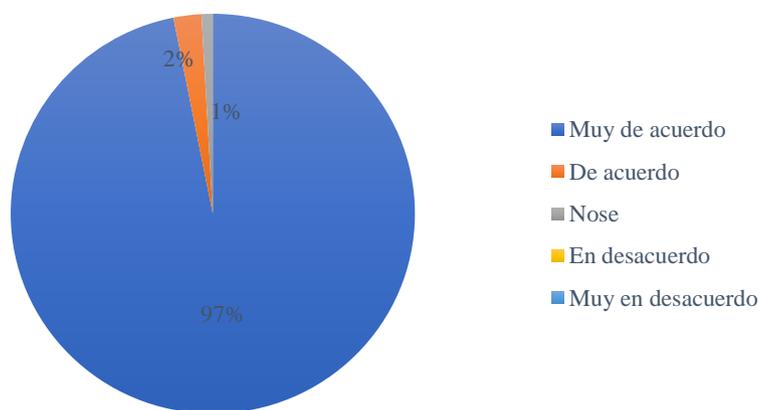


Figura 10. Equipos de trabajo

Análisis: La gran mayoría de los encuestados (97%) está "Muy de acuerdo" en que los equipos de trabajo utilizados para la limpieza se encuentran en buen estado, indicando una alta satisfacción y confianza en la calidad y mantenimiento de los equipos. Un 2% está "De acuerdo", mientras que un mínimo 1% respondió "No se", posiblemente reflejando falta de información o atención específica a este aspecto. Estos resultados resaltan la percepción positiva sobre la efectividad de Meve Clean en mantener equipos de limpieza en condiciones óptimas, lo que contribuye a una experiencia positiva y eficiente para los usuarios del edificio.

11. ¿Los trabajadores de la empresa cuentan con equipos de protección individual y ropa de trabajo adecuada?

Tabla 11. *Equipos de protección*

Variable	Frecuencia	
		%
Muy de acuerdo	218	97%
De acuerdo	6	3%
No se		
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

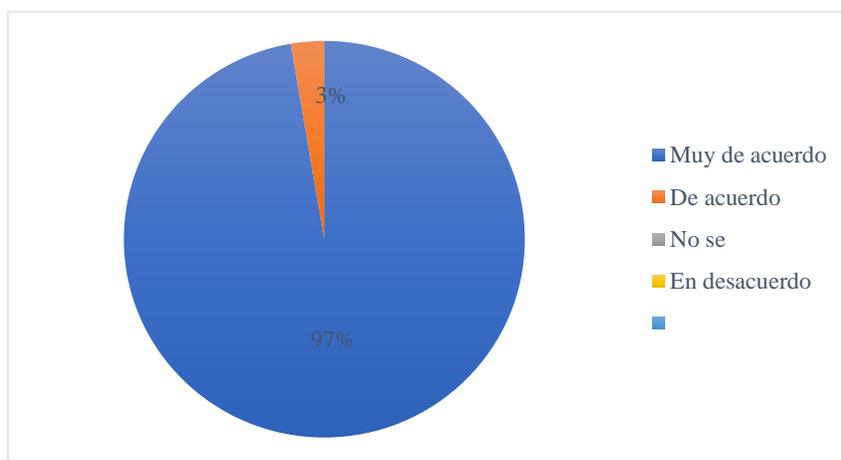


Figura 11. Equipos de protección

Análisis: La abrumadora mayoría de los encuestados (97%) está "Muy de acuerdo" en que los trabajadores de la empresa cuentan con equipos de protección individual y ropa de trabajo adecuada, reflejando una alta satisfacción y confianza en la seguridad y profesionalismo de los empleados. Un 3% está "De acuerdo". Estos resultados indican una efectiva implementación de medidas de seguridad laboral y cumplimiento de estándares de vestimenta, generando una percepción positiva sobre el compromiso de Meve Clean con la protección y bienestar de su personal, lo que contribuye a la confianza general en la empresa por parte de la comunidad.

12. ¿Los contenedores de residuos están accesibles a los lugares de trabajo?

Tabla 12. *Contenedores de residuos*

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	203	91%
De acuerdo	18	8%
No se	3	1%
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

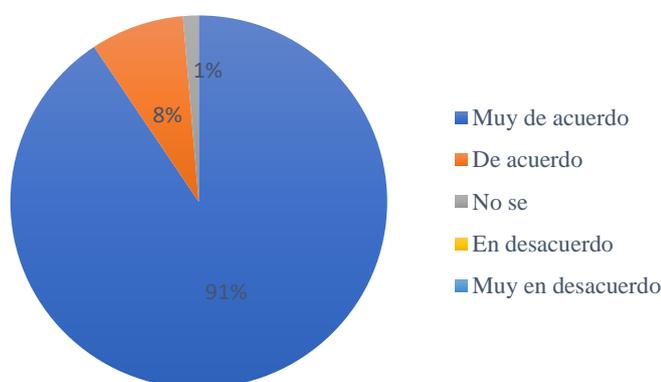


Figura 12. Contenedores de residuos

Análisis: La mayoría de los encuestados (91%) está "Muy de acuerdo" en que los contenedores de residuos son accesibles a los lugares de trabajo, destacando una alta satisfacción en la disposición y accesibilidad de estos elementos. Un 8% está "De acuerdo", mientras que solo un mínimo 1% respondió "No se", indicando posiblemente falta de conocimiento específico sobre la ubicación de los contenedores. Estos resultados sugieren una eficiente planificación logística por parte de Meve Clean para garantizar la accesibilidad a los contenedores de residuos, contribuyendo a un entorno de trabajo limpio y bien gestionado según la percepción de la comunidad.

Seguridad

El trabajo es el medio por el cual el ser humano satisface sus necesidades básicas, realiza sus deseos y hace una contribución productiva a nivel social; no obstante, algunas situaciones, condiciones y factores de riesgo, suponen que el trabajo, también sea el medio por el cual se desarrollan accidentes y enfermedades atentando contra el bienestar del ser humano; de allí la necesidad de potenciar la prevención en los ambientes laborales (Palma, 2016).

13. ¿Están claramente identificados los contenedores de residuos especiales?

Tabla 13. *Residuos especiales*

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	187	83%
De acuerdo	15	7%
No se	18	8%
En desacuerdo	4	2%
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

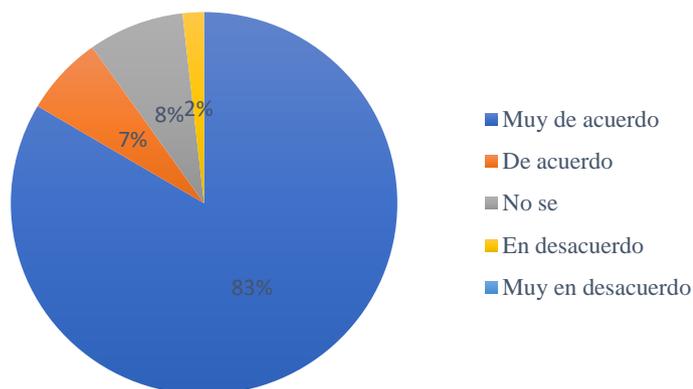


Figura 13. Residuos especiales

Análisis: La mayoría de los encuestados (83%) está "Muy de acuerdo" en que los contenedores de residuos especiales están claramente identificados, indicando una percepción positiva sobre la gestión y señalización adecuada de estos elementos. Un 7% está "De acuerdo", mientras que un 8% respondió "No se", posiblemente reflejando falta de información específica. Un 2% expresó "En desacuerdo". Estos resultados sugieren una buena implementación de medidas para identificar claramente los contenedores de residuos especiales, aunque la proporción de respuestas "No se" indica la posibilidad de mejorar la comunicación para una mayor conciencia entre los usuarios del edificio.

14. ¿Se evita el rebose de los contenedores?

Tabla 14. Rebose de contenedores

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	211	94%
De acuerdo	13	6%
No se		
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

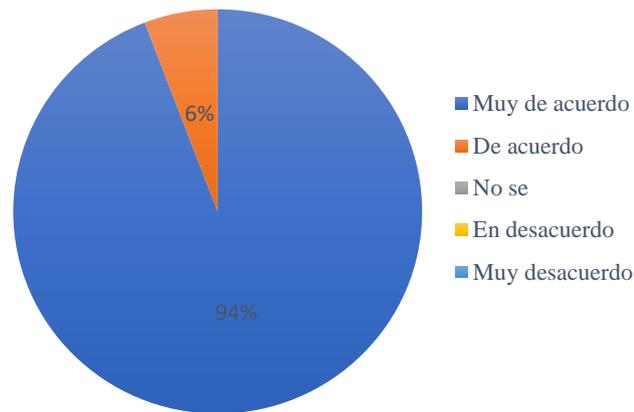


Figura 14. Rebose de contenedores

Análisis: La amplia mayoría de los encuestados (94%) está "Muy de acuerdo" en que se evita el rebosamiento de los contenedores, demostrando un alto nivel de satisfacción y eficacia en la gestión de residuos. Un 6% está "De acuerdo", sugiriendo una percepción general positiva pero con cierta variabilidad. Estos resultados indican que Meve Clean logra mantener un control eficiente sobre la capacidad de los contenedores, generando una experiencia favorable en la gestión de residuos. La proporción minoritaria de respuestas "De acuerdo" sugiere áreas de mejora potenciales para abordar cualquier variabilidad en la gestión del rebosamiento.

Comunicación

En las organizaciones la comunicación es integral, aun cuando existen medios de comunicación con diferentes propósitos y son utilizados en ámbitos internos o externos y ésta fluya de manera formal o informal, pues sus medios, ámbitos o tipos de comunicación deben ser vistos como complementos de algo global, asimismo incorpora diversos elementos que la

hacen posible como son la estructura, organización jerárquica, cultura de sus miembros y sus comportamientos (Robles, 2018)

15. ¿Considera usted que la comunicación de los trabajadores de la empresa Meve Clean es fluida?

Tabla 15. Comunicación

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	161	72%
De acuerdo	11	5%
No se	52	23%
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
Total	224	100%

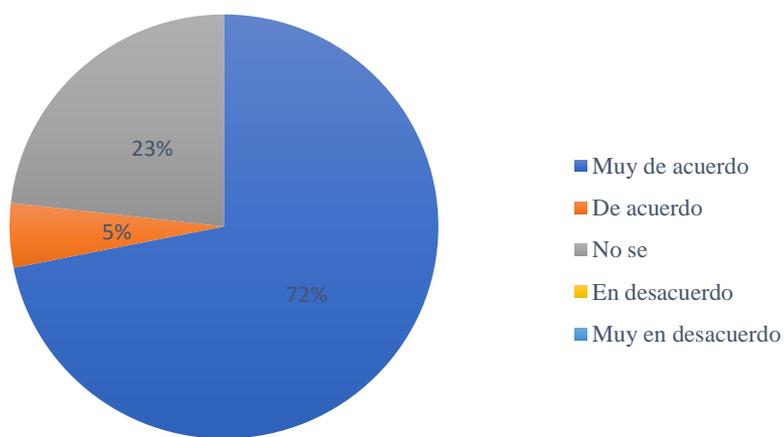


Figura 15. Comunicación

Análisis: La mayoría de los encuestados (72%) está "Muy de acuerdo" en que la comunicación de los trabajadores de Meve Clean es fluida, indicando una percepción positiva sobre la interacción y transmisión de información. Sin embargo, un significativo 23% respondió "No se", señalando posiblemente falta de claridad o conocimiento sobre la comunicación de la empresa. Un 5% está "De acuerdo". Estos resultados sugieren que,

aunque hay una apreciación positiva por parte de muchos, la empresa podría mejorar la transparencia y la divulgación de información para fortalecer la percepción general sobre la fluidez comunicativa.

16. ¿Existe disponibilidad por parte de los trabajadores de Meve Clean para responder preguntas y proporcionar información?

Tabla 16. Disponibilidad

Variable	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	164	73%
De acuerdo	28	13%
No se	19	8%
En desacuerdo	7	3%
Muy en desacuerdo	6	3%
Total	224	100%

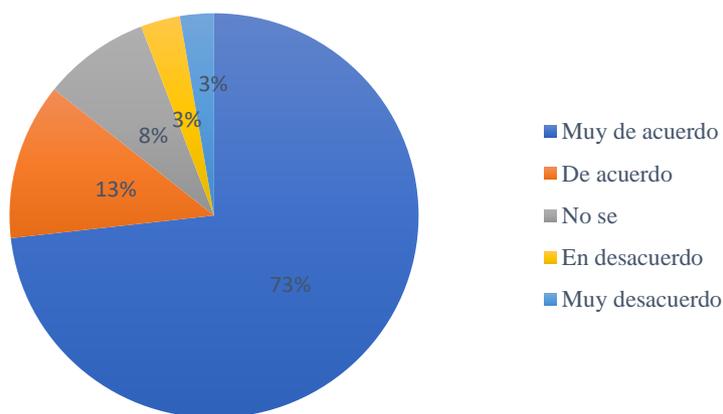


Figura 16. Disponibilidad

Análisis: La mayoría de los encuestados (73%) está "Muy de acuerdo" en que existe disponibilidad por parte de los trabajadores de Meve Clean para responder preguntas y proporcionar información, indicando una percepción positiva sobre la accesibilidad y disposición del personal. Un 13% está "De acuerdo", mientras que un 8% respondió "No se",

posiblemente señalando falta de experiencia directa o conocimiento sobre esta disponibilidad. Un 3% expresó "En desacuerdo", y otro 3% está "Muy en desacuerdo". Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría percibe disponibilidad, la empresa puede trabajar en mejorar la comunicación para abordar las respuestas "No se" y "En desacuerdo".

4.2 Descripción de la variable dependiente: Competitividad

Competitividad

La innovación tecnológica representa, en la actualidad, una de las fuentes para generar ventajas competitivas sostenibles en las empresas, porque es la fuerza motriz que impulsa la creación de riquezas, renueva las estructuras industriales y propicia el surgimiento de nuevos sectores de actividad económica, sin embargo, el proceso difícil de administrar y evaluar en función de potenciar la competitividad de la empresa (Pinargote, 2017)

Planificación estratégica y operativa

La administración estratégica es un proceso transnacional de continua retroalimentación que busca vincular a la organización con su entorno ambiental con el fin de formular, ejecutar y controlar estrategias para el cumplimiento de objetivos a largo plazo

Planificación operativa

Es una programación donde se describen actividades seleccionadas para ejecutarse en el corto plazo, además detalla cuáles serán las necesidades de la empresa para que esta pueda desempeñarse exitosamente (Garcés, 2016)

Tabla 17. Planificación estratégica y operativa

Pregunta	Informantes clave				Categoría
	Gerente	Presidente	Jefe de Talento Humano	Síntesis e interpretación investigativa/estrategia	
¿Cuánto tiempo lleva en el cargo	3 años	3 años	3 años	3 años	Planificación estratégica
¿La empresa cuenta con un manual de procesos y procedimientos que es socializado con el personal?	Cuenta con un manual de procesos, reglas internas respaldadas por Ministerios, enfocado en seguridad laboral y prevención de drogas.	La empresa tiene procesos internos, como el plan de prevención de drogas y el reglamento interno, comunicados y establecidos con colaboradores.	La empresa comparte manuales con colaboradores, abordando procesos, prevención de abuso de sustancias, seguridad e higiene, avalados por organismos reguladores.	La empresa integra manuales con reglas respaldadas por Ministerios, centrados en seguridad laboral, prevención de drogas, compartidos y comunicados eficientemente con colaboradores.	
¿La empresa tiene una misión y visión definidas que son socializados con el personal?	Misión de aportar bienestar y sanidad, apoyar al personal con crecimiento, certificaciones y financiamiento de proyectos. Visión global y sostenible.	La misión es proporcionar seguridad sanitaria con medidas de bioseguridad, siendo ecoamigables, mientras la visión busca expansión nacional e internacional.	La misión es contribuir al bienestar y salud de la sociedad, creciendo junto con empleados a través de planes y certificaciones. La visión es ser inclusivos, amigables y ambientalmente positivos.	La empresa busca bienestar mediante seguridad sanitaria, crecimiento del personal con certificaciones y proyectos sostenibles, con visión global inclusiva.	
¿Cada qué tiempo implementan nuevas tecnologías o métodos de limpieza?	Constantemente e la empresa se destaca en sectores público y privado, adaptándose a exigencias constantes. En el hogar, innova con herramientas avanzadas y EPP para seguridad industrial.	La empresa constantemente emplea máquinas industriales como abrillantadoras y aspiradoras para satisfacer las necesidades de los clientes, garantizando resultados profesionales.	La empresa opera continuamente en sectores privados y públicos, adaptándose a demandas constantes y buscando innovaciones y mejoras en servicios mediante herramientas.	La empresa destaca en sectores público y privado con adaptabilidad constante, innovando en el hogar con herramientas avanzadas para seguridad industrial.	

Fuente: Investigación directa

Elaboración propia
Satisfacción del cliente

De las numerosas definiciones existentes de satisfacción del cliente, en este trabajo vamos a considerar que define la satisfacción del cliente como "un estado psicológico resultado de un proceso de compra y de consumo", por ser muy general y no incluir la base de referencia con la que el cliente compara su experiencia de compra y de consumo, que es objeto de controversia entre los investigadores.

La satisfacción del cliente va unida a cada transacción específica, a diferencia de la actitud hacia un producto o servicio que es general y puede existir sin que haya habido una experiencia personal de compra y de consumo concreta (Millan, 2018).

Tabla 18. *Satisfacción del cliente*

Pregunta	Informantes clave				Categoría
	Gerente	Presidente	Jefe de Talento Humano	Síntesis e interpretación investigativa/estrategia	
¿Cómo garantiza realizar un trabajo de manera eficaz y seguro que deje al cliente satisfecho?	La empresa sigue una regla clave: estudiar el mercado, analizar perfiles de consumidores y colaboradores, asegurando cumplimiento en aspectos laborales y personales.	Se estudia el mercado y selecciona personal capacitado. Se brinda asesoramiento personalizado y gratuito para adaptarse a las necesidades del cliente.	Mediante sondeos, se analiza a los clientes para comprender sus preferencias. La selección y evaluación se basan en perfiles y encuestas de satisfacción.	La empresa sigue reglas clave: estudia el mercado, analiza perfiles de consumidores, colaboradores, asegurando cumplimiento laboral y personal.	Satisfacción al cliente
¿Con qué frecuencia mide el nivel de satisfacción de los clientes?	La empresa evalúa diariamente nuestro desempeño a través de críticas positivas, certificaciones y críticas constructivas para un crecimiento constante y	Evaluamos diariamente mediante críticas positivas, certificaciones y recomendaciones, fundamentales para mejorar continuamente y potenciar el crecimiento de la empresa.	La empresa evalúa diariamente el desempeño mediante comentarios positivos, certificaciones y críticas progresivas, buscando continuo crecimiento y aprendizaje.	La empresa evalúa diariamente con críticas positivas, certificaciones y feedback constructivo para un crecimiento constante y aprendizaje continuo.	

	aprendizaje continuo.				
¿Qué herramienta utiliza para ofrecer un servicio de calidad y medir el nivel de satisfacción de los clientes?	La empresa emplea herramientas físicas de alta calidad y personal capacitado para promover servicios de limpieza, destacando beneficios y consecuencias.	Equipos de calidad y personal capacitado son esenciales para cumplir con nuestro compromiso de sanidad. Informamos a los clientes sobre beneficios y consecuencias. Encuestas miden satisfacción.	La empresa emplea equipos de alta calidad y personal capacitado para destacar la necesidad de servicios, informando a clientes sobre beneficios.	La empresa destaca en servicios de limpieza con herramientas y personal de calidad, comunicando beneficios y consecuencias, evaluando la satisfacción.	

Fuente: Investigación directa

Elaboración propia

Satisfacción del recurso humano

Uno de los factores importantes que influyen en el desempeño laboral es la motivación, cabe recalcar que este tema es muy amplio para analizarlo pero uno de los conceptos principales lo menciona donde menciona que “es un proceso interno y propio de cada persona, refleja la interacción que se establece entre el individuo y el mundo ya que también sirve para regular la actividad del sujeto que consiste en la ejecución de conductas hacia un propósito u objetivo y meta que él considera necesario y deseable” (Flores, 2020).

Tabla 19. *Satisfacción del Recurso Humano*

Pregunta	Informantes clave				Síntesis e interpretación investigativa/estrategia	Categoría
	Gerente	Presidente	Jefe de Talento Humano	de		
¿Cuál es el proceso de reclutamiento del personal?	El personal debe ser mayor de edad y tener certificaciones en manejo de desechos hospitalarios e infecciosos, sin antecedentes penales, respaldado por	El personal debe ser mayor de edad, certificado en manejo de desechos hospitalarios e infecciosos, sin antecedentes penales, garantizando	Se requiere ser mayor de edad, tener certificaciones en manejo de desechos hospitalarios, sin antecedentes penales, respaldado por	de	El personal debe ser mayor de edad, certificado en desechos hospitalarios, sin antecedentes penales, garantizando legalidad y profesionalismo respaldado por el Ministerio del Trabajo.	Satisfacción del recurso humano

	el Ministerio del Trabajo. Garantizamos seguridad legal y profesionalismo	legalidad y profesionalismo	el Ministerio del Trabajo.	
¿Qué aspectos importantes considera usted para generar un mejor rendimiento laboral en la organización?	La empresa valora la comunicación y la planificación como aspectos fundamentales para un buen ambiente laboral, facilitando procesos y soluciones.	La empresa destaca la importancia de la comunicación y el establecimiento de metas para fomentar la armonía y motivación laboral.	La empresa valora la comunicación y la planificación como esenciales para procesos, decisiones y un ambiente laboral positivo, con capacitaciones continuas.	La empresa destaca comunicación y planificación para un ambiente laboral positivo, fomentando armonía, motivación y capacitaciones continuas.
¿Cuáles son las técnicas que ha implementado o para mantener al personal motivado y satisfecho en la empresa?	La empresa ofrece capacitación continua, programas de crecimiento personal, bonos y pagos puntuales para el personal, incluyendo aspectos psicológicos.	Capacitación continua, programas de crecimiento y bonos, respaldados por pagos puntuales, fortalecen al personal en limpieza y mantenimiento.	Capacitación constante, programas de crecimiento, formación en limpieza, mantenimiento y bonos, fortalecen al personal.	La empresa fortalece al personal con capacitación constante, programas de crecimiento, formación en limpieza, mantenimiento y bonos, asegurando pagos puntuales.
¿Cómo es evaluado el rendimiento del recurso humano dentro de la empresa, y cada que tiempo se lo hace?	La empresa se autoevalúa mediante críticas constructivas de clientes, con reuniones y planificación semanal, realizando una evaluación formal cada seis meses.	La empresa valora las opiniones de los clientes, implementa mejoras a través de críticas, planificación y evaluación semanal y semestral de procesos.	La empresa se autoevalúa con críticas de clientes y reuniones semanales, planificación y evaluación semestral de procesos.	La empresa se mejora constantemente con críticas de clientes, reuniones y planificación semanal, evaluación formal cada seis meses, optimizando procesos
¿Cada qué tiempo se capacita al personal?	Anualmente, se ofrecen capacitaciones continuas sobre seguridad industrial, manejo de EPP, limpieza hospitalaria, gestión de desechos y	Capacitaciones anuales en seguridad industrial, manejo de EPP, limpieza hospitalaria, gestión de desechos y	Cada año se realizan diferentes capacitaciones constantes en materia y servicios de limpieza hospitalaria,	Anualmente, se brindan capacitaciones continuas en seguridad industrial, manejo de EPP, limpieza hospitalaria, gestión de desechos y atención al usuario.

	gestión de desechos y atención al usuario.	de certificación y atención al usuario.	en atención al usuario.	capacitaciones de manejo de desechos y certificación de atención al usuario.	
¿Cuáles son los temas de las capacitaciones dictadas al personal, y en base a qué se los escoge?	Capacitaciones específicas según la actividad: limpieza hospitalaria, atención al usuario, manejo de EPP, desechos e infecciosos, y control de plagas.	Se brinda servicio de limpieza hospitalaria, certificación en atención al usuario, manejo de EPP y desechos, y control de plagas, con capacitaciones especializadas.		La empresa ofrece limpieza hospitalaria, certificación al usuario, manejo de desechos y plagas, con capacitaciones específicas para cada actividad.	La empresa proporciona servicios especializados: limpieza hospitalaria, atención al usuario, manejo de EPP, desechos e infecciosos, y control de plagas, con capacitaciones específicas.

Fuente: Investigación directa

Elaboración propia

Rentabilidad

Denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que un determinado periodo produce los capitales utilizados en sí mismos, esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla. Mediante esta comparación se obtiene la rentabilidad, expresado en un coeficiente, llamado ratio financiera. El origen de la rentabilidad está relacionado a la aparición de los ratios financieros (Janampa, 2010).

Tabla 20. Rentabilidad

Pregunta	Informantes clave				Categoría
	Gerente	Presidente	Jefe de Talento Humano	Síntesis e interpretación investigativa/estrategia	
¿Qué estrategias utiliza para medir el nivel financiero y economizar gastos dentro de la empresa?	La empresa colabora con el área financiera, analizando balances y flujos, optimizando gastos con proveedores mediante promociones.	La empresa coordina con el área financiera, analiza balances y ingresos y egresos. Economiza gastos aprovechando promociones con proveedores.	Colaboramos con el departamento financiero, midiendo balances. Reducimos costos mediante descuentos de proveedores al optimizar	La empresa optimiza gastos, colaborando con el área financiera para analizar balances, controlar ingresos y egresos, y aprovechar promociones con proveedores.	Rentabilidad

			la compra de insumos.	
¿Con que frecuencia se revisan los indicadores y estados financieros para la toma oportuna de decisiones?	Todo se define en base a los estados financieros, en la superintendencia de compañía el balance se genera cada año y las declaraciones realizamos de manera anual	La toma de decisiones se fundamenta en los estados financieros; anualmente, la superintendencia de compañías genera el balance y las declaraciones.	Todo se decide sobre la base del informe anual, el balance y el informe anual se elaboran cada año durante la supervisión corporativa.	Decisiones basadas en estados financieros anuales. La superintendencia de compañías elabora el balance y declaraciones, guiando la supervisión corporativa.

Fuente: Investigación directa

Elaboración propia

CONCLUSIONES

Basándose en los objetivos generales y específicos proporcionados para evaluar la influencia de la calidad del servicio en la competitividad de Meve Clean Service en Portoviejo, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- La revisión de la literatura confirma que la calidad del servicio es un diferenciador crítico en el mercado y juega un rol fundamental en la competitividad de las empresas. Una alta calidad del servicio no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también contribuye a la lealtad del cliente, a la generación de referencias positivas y, en última instancia, a un mejor desempeño financiero de la empresa.
- El diagnóstico de la situación actual de Meve Clean Service revela que, aunque la empresa cuenta con puntos fuertes en la prestación de sus servicios, existen áreas de mejora que, si se abordan, podrían significativamente aumentar su competitividad en el mercado. Específicamente, aspectos como la personalización del servicio, la rapidez en la respuesta a solicitudes de los clientes y la incorporación de tecnologías ecológicas representan oportunidades para diferenciarse de los competidores.
- El desarrollo de estrategias centradas en mejorar la calidad del servicio ha demostrado ser esencial para reforzar la competitividad de Meve Clean Service. La implementación de tecnologías innovadoras y métodos de limpieza eco-amigables no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también responde a las crecientes demandas de los consumidores por prácticas sostenibles. La formación continua del personal asegura que el equipo esté equipado con las habilidades necesarias para ofrecer un servicio excepcional, mientras que la personalización del servicio y una

comunicación efectiva con los clientes facilitan experiencias memorables que pueden fomentar la lealtad y la satisfacción del cliente.

- La competitividad en el mercado de servicios de limpieza requiere de una adaptación y mejora continua. Meve Clean Service debe estar atenta a las tendencias emergentes en la industria y las expectativas cambiantes de los clientes para ajustar y mejorar regularmente sus estrategias de calidad del servicio. Esto incluye la evaluación periódica de la efectividad de las estrategias implementadas y la disposición para innovar y adoptar nuevas prácticas que puedan reforzar su posición en el mercado.

En conclusión, la calidad del servicio es un pilar fundamental para la competitividad de Meve Clean Service en Portoviejo. A través de la investigación exhaustiva, el diagnóstico detallado y el desarrollo de estrategias dirigidas a mejorar la calidad del servicio, la empresa puede fortalecer su competitividad, satisfacer y superar las expectativas de los clientes y asegurar un crecimiento sostenible en el mercado altamente competitivo de servicios de limpieza.

estableciéndose como una empresa líder en el sector de servicios de limpieza en Portoviejo.

CAPÍTULO V

5.1 La Propuesta

Estrategias de competitividad para mejorar la calidad del servicio de la Empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo.

5.2 Objetivos

Objetivo General

Desarrollar estrategias de competitividad para mejorar la calidad del servicio de la Empresa Meve Clean Service de la ciudad de Portoviejo.

Objetivos Específicos

- Plantear estrategias enfocadas en mejorar la competitividad de la empresa Meve Clean Service.
- Establecer estrategias relacionadas al cliente y la calidad del servicio de la empresa Meve Clean Service.

5.3 Justificación

El sector de servicios de limpieza es altamente competitivo, con muchas empresas ofreciendo servicios similares. Implementar estrategias de competitividad que mejoren la calidad del servicio permite a Meve Clean Service destacarse entre sus competidores, ofreciendo valor agregado a sus clientes y fortaleciendo su posición en el mercado. Los clientes de hoy en día buscan no solo eficiencia y eficacia en los servicios de limpieza, sino también prácticas sostenibles, uso de productos ecológicos y atención personalizada. Mejorar la calidad del servicio en estos aspectos puede satisfacer y superar las expectativas de los clientes, fomentando la lealtad y la recomendación boca a boca.

La adopción de nuevas tecnologías y métodos innovadores en los procesos de limpieza puede mejorar significativamente la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Justifica la inversión en tecnología como una forma de optimizar los recursos, reducir costos a largo plazo y ofrecer servicios más rápidos y efectivos.

Implementar estrategias que mejoren la calidad del servicio contribuye al crecimiento sostenible de la empresa. Una mayor satisfacción del cliente conduce a una mayor retención y atrae a nuevos clientes, lo que resulta en un aumento de los ingresos y la estabilidad financiera a largo plazo para Meve Clean Service.

Mejorar la calidad del servicio también puede implicar prácticas más sostenibles y responsables desde el punto de vista medioambiental. Esto no solo beneficia al planeta, sino que también mejora la imagen pública de la empresa y responde a la creciente demanda de servicios responsables por parte de los consumidores.

En un entorno de mercado que cambia rápidamente, la capacidad de adaptarse y responder a las nuevas tendencias y demandas es crucial. Desarrollar e implementar estrategias de competitividad asegura que Meve Clean Service permanezca relevante y pueda navegar eficazmente por el dinamismo del mercado.

5.4 Beneficiarios

La propuesta está direccionada a mejorar, dinamizar la competitividad y los servicios, por este motivo beneficiará a la Empresa Meve Clean Service, a otras empresas que realicen actividades similares y los clientes de la empresa.

Beneficiarios directos

- Propietarios de la empresa Meve Clean Service

- Personal que labora en la empresa Meve Clean Service

Beneficiarios indirectos

- Clientes de Meve Clean Service
- Otras empresas que realicen actividades similares

5.5 Descripción de la propuesta

La propuesta se basa en el desarrollo de estrategias para que Meve Clean Service pueda mejorar significativamente la competitividad y calidad de sus servicios, lo que resultará en una mayor satisfacción al cliente y un crecimiento sostenible en el mercado. La figura 17, muestra un modelo de estrategias que incluyen:

- Innovación en servicios
- Formación continua del personal
- Personalización de servicios
- Certificaciones de calidad y ecológicas
- Uso de software de gestión
- Estrategias de marketing digital
- Programas de lealtad y referencias
- Feedback y mejora continua

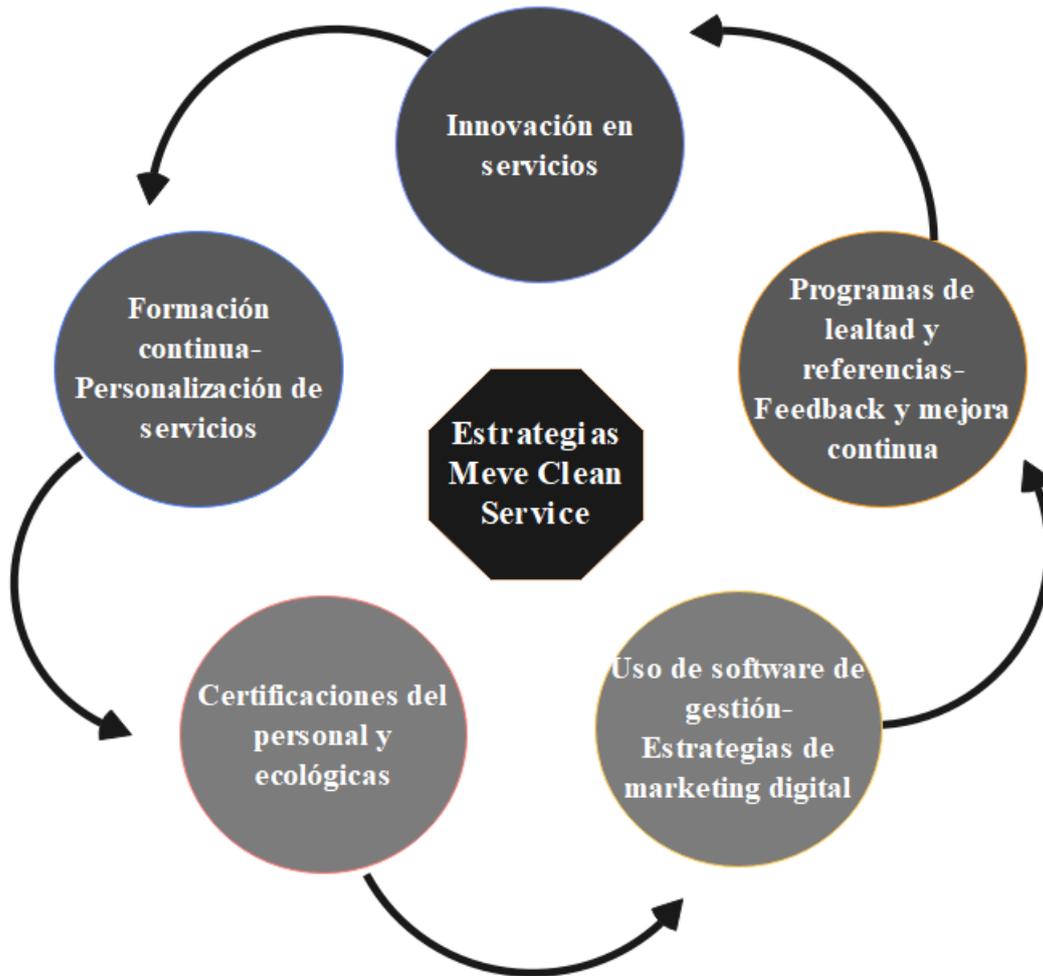


Figura 17. Modelo de estrategias de competitividad y calidad del servicio

Elaboración propia

Para Kotler (2020), la digitalización ha transformado las expectativas de los clientes y, por lo tanto, las estrategias de las empresas para competir y ofrecer calidad. Esto incluye la personalización del servicio, la integración omnicanal y el uso de datos para mejorar la experiencia del cliente. La experiencia del cliente digital se ha convertido en un diferenciador clave de competitividad y calidad.

A través de la propuesta, se realizarán estrategias enfocadas en los diferentes aspectos de la empresa Meve Clean Service, lo que llevará al mejoramiento de la competitividad de la organización.

Por último, es fundamental, revisar los resultados para determinar si la propuesta cumple con los objetivos de lograr la competitividad y mejorar la calidad del servicio de Meve Clean Service.

5.6 Desarrollo de estrategias

Estrategias de competitividad de la empresa

- **Implementación de un Sistema de Calidad:** Adoptar un sistema de gestión de calidad que permita monitorear, controlar y mejorar constantemente la calidad del servicio. Esto podría incluir la obtención de certificaciones de calidad que respalden el compromiso de la empresa con la excelencia en el servicio.
- **Marketing y Comunicación Efectiva:** Desarrollar una estrategia de marketing que resalte los puntos fuertes y únicos de MeveClean Service. Esto puede incluir el uso de redes sociales, marketing por correo electrónico y otras plataformas en línea para llegar a nuevos clientes y mantener a los existentes informados sobre ofertas especiales y nuevos servicios.
- **Alianzas Estratégicas:** Formar alianzas con otras empresas locales para ofrecer paquetes de servicios combinados o referencias cruzadas. Esto puede ayudar a expandir la base de clientes y ofrecer un valor añadido.
- **Flexibilidad y Rapidez de Respuesta:** Ser capaz de responder rápidamente a las solicitudes de los clientes y adaptarse a cambios de última hora puede ser un diferenciador clave en el sector de servicios.

Estrategias para el cliente y calidad de los servicios

- **Innovación en los Servicios:** Implementar tecnologías nuevas y métodos de limpieza eco-amigables que ofrezcan resultados superiores y sean menos perjudiciales para el medio ambiente. Esto puede incluir el uso de productos de limpieza biodegradables o equipos de limpieza de alta eficiencia.
- **Capacitación Continua del Personal:** Asegurar que todos los empleados reciban formación regular sobre las últimas técnicas de limpieza, atención al cliente y seguridad en el trabajo. Esto garantiza que el equipo esté bien preparado para ofrecer un servicio de alta calidad y manejar cualquier situación que pueda surgir.
- **Personalización del Servicio:** Ofrecer servicios personalizados que se ajusten a las necesidades específicas de cada cliente. Esto podría implicar realizar evaluaciones de las instalaciones de los clientes para desarrollar planes de limpieza a medida.
- **Mejora de la Experiencia del Cliente:** Establecer canales de comunicación efectivos para que los clientes puedan proporcionar feedback sobre el servicio recibido. Utilizar esta información para realizar mejoras continuas y resolver rápidamente cualquier problema que pueda surgir.

5.7 Correlación de las estrategias

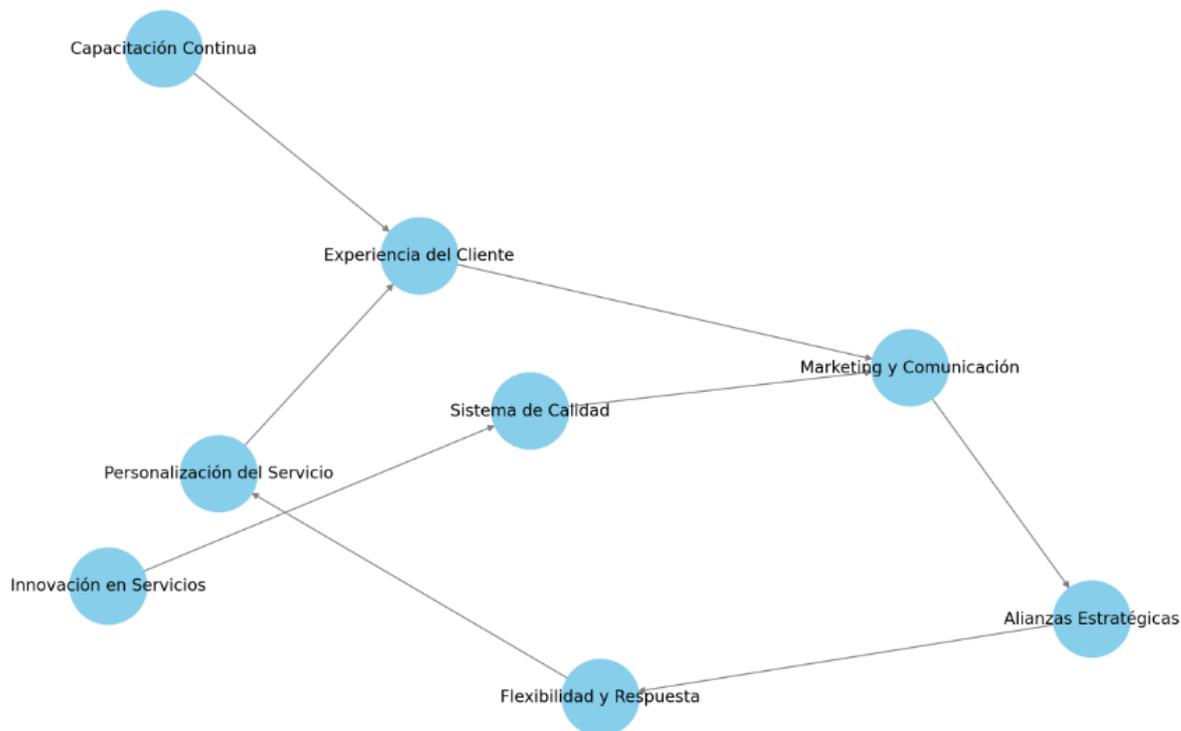


Figura 18. Correlación de las estrategias

Elaboración propia

El diagrama conceptual ilustra las estrategias de competitividad y calidad del servicio para MeveClean Service y cómo estas estrategias pueden interconectarse y reforzarse mutuamente. Las flechas indican la influencia o el impacto positivo potencial de una estrategia sobre otra, destacando la naturaleza interconectada de la mejora de la competitividad y la calidad del servicio en la empresa. Por ejemplo, la "Innovación en Servicios" puede contribuir directamente al "Sistema de Calidad", lo que a su vez puede realzar el "Marketing y Comunicación", mostrando cómo la implementación efectiva de una estrategia puede impulsar otras áreas clave.

Referencias

- Aguilar, A. L., Howlet, L. C., & Díez, M. d. (2014). Capacitación en la empresa mexicana.: *Civilizar vol.14 no.27*, http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-89532014000200009&script=sci_arttext.
- Aguilar-Morales, J. E., & Vargas, M. J. (2010). *Servicio al cliente. Network de Psicología Organizacional*. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Alfonso, Y. (2019). Calidad de servicios. *GESTIOPOLIS*, <https://www.gestiopolis.com/calidad-del-servicio-elementos-dimensiones-y-modelos-de-evaluacion/>.
- Alonso, M. F. (21 de septiembre de 2015). *Linkedin*. Obtenido de *Linkedin*: <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-formaci%C3%B3n-en-empresa-limpieza-fernandez-alonso>
- Amelia, R. (2020). Plan de atención al cliente empresas de limpieza. *Revista de Ciencias Sociales*, <https://www.acvenisproh.com/revistas/index.php/prohominum/article/view/562/1390>.
- Añez, H. C., & Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Revista de Formación Gerencial*, 9(1), 144-168.
- Arrieta, E. (2018). Diseño de cadena de valor en procesos de limpieza. *DSPACE*, <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13899/1/102T0272.pdf>.

Asamblea Nacional. (22 de Diciembre de 2016). Ley 67, Registro Oficial Suplemento 423.

Ley Orgánica de Salud, <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional.

Bejarano, G. N. (2016). ley del consumidor . *goberguayas*,

<https://www.goberguayas.gob.ec/pdf/LOTAIP/Leyes/5-5-Reglamento-LODC.pdf>.

BRITISH COUNCIL. (2021). *Protocolo de Atención del Cliente*. Obtenido de

<https://www.dreamschoolgroup.com/documents/Protocolo%20de%20atencion%20del%20cliente.pdf>

Bueno, P. L. (2019). Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017. *Revista ULADECH*, <https://hdl.handle.net/20.500.13032/14463>.

Calzadilla, M. C., Rabell, L. H., & Díaz, J. R. (2016). Una práctica innovadora en la capacitación empresarial. *Revista Cubana de Educación Superior* , 35(3), 4-14.

Cantarero, Z. D., & Castro, B. S. (2023). *Formación de personal de servicio al cliente en sector empresarial caso Joe ´ s*. Tegucigalpa: UNITEC.

Cantos, C. R. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente." . *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 17(2), 233-235.

Carballo, M. (2006). La Importancia de La Limpieza en Una Empresa. *Scribd*,

<https://es.scribd.com/document/502632518/La-importancia-de-la-limpieza-en-una-empresa>.

- Cardozo, L. (01 de 03 de 2021). *Zenvia.com*. Obtenido de Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Carrillo, O. A. (2005). Formulación de estrategias para mejorar la prestación del servicio de barrido y limpieza de vías y áreas públicas y servicios especiales en el municipio de Mariquita. *Universidad El Bosque* , <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/10334>.
- Carrillo, O. A. (2005). Formulacion de estrategias para prestar servicio de barrido y limpieza. *Universidad El Bosque*, <https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/10334/Formulaci%C3%B3n%20de%20estrategias%20para%20mejorar%20la%20prestaci%C3%B3n%20del%20servicio%20de%20barrido%20y%20limpieza%20de%20v%C3%ADas%20y%20serv%20c%C3%A1reas%20p%C3%BAblicas%20y%20serv>.
- Chacón, T. C., & Bernaola, A. A. (2016). *Diseño de un Protocolo de Atención al Cliente en la Clínica Tejada Tacna 2016*. Tacna: Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado John Von Neumann.
- Choez, F. N., & Moreira, E. M. (2023). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador. *Dominio de las Ciencias* 6.3, 264-281.
- Código Orgánico del Ambiente. (2017). *Ley 0*. Quito: Registro Oficial Suplemento 983.
- Consultoría, salud y seguridad. (2018). *Plan de limpieza*. Obtenido de <https://consultoria.anexia.es/blog/la-importancia-de-la-limpieza-en-una-empresa>

- Corrales, J. A. (2023). Atención al cliente . *rockconte*,
<https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>.
- Correa, L. N., Abarzúa, A. I., Aldana, V. G., Campodónico, G. P., Corvalán, D. L., Del Río, V. R., . . . Ziegler, B. A. (2019). *Manual de Bioseguridad*. Obtenido de Facultad de Medicina Clínica Alemana Universidad del Desarrollo:
<https://medicina.udd.cl/icim/files/2019/09/MANUAL-DE-BIOSEGURIDAD-pdf-web.pdf>
- Da Silva, D. (2020). Atención al cliente. *Blog de zendesk*,
<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>.
- Departamento de Relaciones Industriales del Estado de California. (2015). Trabajando de forma segura . *Servicio de Consultas de Cal/OSHA*,
https://www.dir.ca.gov/dosh/dosh_publications/janitorssp.pdf.
- Díaz Valentín, M. J. (2020). fiabilidad y empatia . *Ruidera*,
<https://ruidera.uclm.es/items/698d6f35-c738-4ef4-b4e4-b8d392ea37ed>.
- Escobar, S. G., Reyes, R., & Gómez, J. O. (2015). Evaluación de una estrategia de fidelización de clientes con dinámica de sistemas. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 14(26), 87-104.
- Espinosa, R. M. (2021). Elaboración de un plan de formación para una empresa de limpieza hospitalaria. *Universidad Miguel Hernández de Elche*,
<http://hdl.handle.net/11000/25844>.

Espinoza, V. (2016). bioseguridad para los establecimientos de salud. *hospital general chone* ,
<https://hospitalgeneralchone.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Manual-de-Bioseguridad-02-2016-1.pdf>.

Fernández, L. A. (2012). Conceptos de Estrategia. *Escuela de Organizacion Industrial*,
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56218114/Componente_digital-libre.pdf?1522683677=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConceptos_de_Estrategia_Empresarial_Ener.pdf&Expires=1690491988&Signature=P5-kdH8A6~~fdoAZXJFfFc8b8rYLN4-mfIWA7gdfKsR.

Fernandez, M. (2015). *La importancia de formar al personal*. Obtenido de LinkedIn:
<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-formaci%C3%B3n-en-empresa-limpieza-fernandez-alonso>

Flores, H. F. (06 de 10 de 2020). *repositorio*. Obtenido de repositorio:
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7627/1/T3315-MDTH-Benalcazar-Relacion.pdf>

Gambetta, M. (2015). Estrategias de capacitación desarrolladas en un entorno corporativo estatal en Uruguay. *Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, ISSN 1510-2432 - ISSN 1688-9304 .

Garcés, S. P. (2016). *Bibdigital*. Obtenido de Bibdigital:
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/221/1/CD-0219.pdf>

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381-398.

- García, J. (2011). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, 9(2), 7.
- Gardey. (2011). Limpieza . *definicion.de*, <https://definicion.de/limpieza/>.
- Gerónimo, R. K., Puente, C. S., & Castro, A. S. (2020). Gestión administrativa y gestión de talento humano por competencias en la Universidad peruana Los Andes, Filial Chanchamayo. *Conrado*, 16(72), 262-268.
- Godoy, J. N. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio laboral revista venezolana*, 4(8), 23-35.
- Godoy, N. (2011). *calidad de servicio* . Venezuela : <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>.
- González, M. (2021). *Presupuesto*. Obtenido de GESTIOPOLIS: <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-que-es-importancia-elementos-tipos/>
- Hammond, M. (12 de octubre de 2002). *Cómo diseñar un protocolo de atención al cliente*. Obtenido de Blog Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/protocolo-servicio-cliente>
- Hammont, M. (2022). Como diseñar un protocolo. *HUBSPOT* , <https://blog.hubspot.es/service/protocolo-servicio-cliente>.
- Hernández, C. A., & Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Revista de Formación Gerencial*, 9(1), 144-168.

- Janampa, J. A. (2010). *Liquidez y renatabilidad* . Peru: Revista Valor Contable, Vol. 3, Núm. 1, 2016 (9-32).
- Kotler, P. (2020). *Retail 4. 0: 10 Reglas para la Era Digital*. Almuzara.
- Lastovich, B. (2021). Beneficios a una buena atención al cliente. *Customer*,
<https://www.kustomer.com/es/blog/benefits-of-customer-service/>.
- Ledesma, R. (2019). desechos hospitalarios . *acuerdo ministerial* ,
https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/Acuerdo-Ministerial-323_Reglamento-para-la-gesti%C3%B3n-integral-de-los-residuos-y-desechos-generados-en-los-establecimientos-de-salud.pdf.
- legales, e. (2011). ley del consumidor . *dpe.gob.ec*, <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicad elConsumidor.pdf>.
- Lira, M. M. (2009). *Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes*. México: Editorial Nacional de la Industria.
- López, D. P., Barrero, J. A., Rodríguez, M. A., Lascarro, K. V., & Torres, L. A. (2022). Diseño de un proceso de selección de personal adecuado para cargos de limpieza hospitalaria en Eulen Colombia SA en la ciudad de Bogotá para el segundo semestre del año 2022. *Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD*,
https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/52872/101007_69.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Lopez, G. (2022). Diseño de estrategia de capacitacion. *Universidad EAN*,
<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12011/SalgueroLeidy2022.pdf?sequence=1>.
- Lopez, J. F. (2020). *Oferta*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Luz C, G. M., Cristina, S. R., & Manuel G, L. J. (2016). *Recursos tecnológicos en contextos educativos* . UNED.
- Mantilla, A. (2019). Responsabilidad social. *revistas espacios* ,
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n04/a19v40n04p18.pdf>.
- McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, (28), 1-14.
- Medina, D. B., Palacios, A. W., & Vergel, O. M. (2021). La capacitación laboral como herramienta de mejoramiento empresarial. *Redipe*, 10(6), 305-317.
doi:<https://doi.org/10.36260/rbr.v10i6.1327>
- Mejía, M. C. (2009). ¿ Cómo puedo mejorar el servicio a cliente. *Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio al cliente*.
- Mendivel, G. R., Lavado, P. C., & Sánchez, C. A. (2020). Gestión administrativa y gestión de talento humano por competencias en la Universidad peruana Los Andes, Filial Chanchamayo. *Conrado*, 16(72), 262-268.
- Merino. (2008). servicios. *definicion.de* , <https://definicion.de/servicio/>.

- Millan, L. (26 de 09 de 2018). *Idus*. Obtenido de Idus:
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/78838/la_teor%C3%ADa_de_los_dos_factores_en_la_satisfacci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mise, J. (2023). Calidad. *Acavir.com*, <https://www.acavir.com/marketing-digital/calidad#:~:text=Calidad%20es%20el%20proceso%20de,logrando%20as%20mejorar%20su%20productividad.>
- Mojena, M. L. (2003). Estrategia de capacitación para desarrollar competencias laborales. *GESTIOPOLIS*, [https://www.gestiopolis.com/estrategia-de-capacitacion-para-desarrollar-competencias-laborales/#autores.](https://www.gestiopolis.com/estrategia-de-capacitacion-para-desarrollar-competencias-laborales/#autores)
- Moliner-Cantos, C. R. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente." *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 17(2), 233-235.
- Mora, E. (2011). Procesos de capacitación. *Dirreccion General de Salud Publica*, https://www3.paho.org/pan/dmdocuments/Capcitic_Bas__Operarios_Establec-Guia_Metod_Pract.pdf.
- Moreira-Ortega, R. A., Portilla-Castell, Y., & Lema-Cachinell, B. M. (2023). Plan de atención al cliente en una empresa de limpieza. *Prohominum*, 5(2), 120-134.
- Mori, R. V., & Cuevas, L. M. (2014). Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall, de la ciudad de Trujillo 2014. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/349>.
- Najul-Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio laboral revista venezolana*, 4(8), 23-35.

Ortega, R. A., Castell, Y. P., & Cachinell, B. M. (2023). Plan de atención al cliente en una empresa de limpieza. *Prohominum* , 5(2), 120-134.

Pacheco, B. P. (2019). Gestión de calidad bajo el enfoque del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro limpieza y mantenimiento de bodegas en embarcaciones pesqueras, distrito de Chimbote 2017. *Revista ULADECH*,
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/14463>.

Palma, H. H. (2016). importancia de la seguridad en los trabajadores . *Dialnet* ,
file:///D:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-
ImportanciaDeLaSeguridadDeLosTrabajadoresEnElCumpl-6713605.pdf.

Peiro, U. A. (2020). Demanda. *ECONOMIPEDIA*,
<https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>.

Pinargote, J. M. (14 de 03 de 2017). *shatiri*. Obtenido de Shatiri:
file:///D:/Users/Usuario/Downloads/sandrapozo,+Gestor_a+de+la+revista,+5.+COMP
ETITIVIDAD+EMPRESARIAL.pdf

Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Obtenido de :
<http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

Porto, P. (2016). bioseguridad . *definicion.de*, <https://definicion.de/bioseguridad/>.

Porto, P. (2016). Capacitacion. *defincion.de*, <https://definicion.de/capacitacion/>.

Puertas, J. (2023). Selecccion de personal de limpieza. *SESAME*,
<https://www.sesamehr.mx/blog/manejar-personal-empresas-limpieza/>.

- Restrepo, C. E., Ferro, L. S., & Mejía, S. E. (2006). Enfoque estratégico del servicio al cliente. *Scientia et technica*, 12(32), 289-294.
- Robles, M. d. (30 de enero de 2018). *razon y palabra* . Obtenido de razon y palabra :
file:///D:/Users/Usuario/Downloads/manager,+V04_ComOrg_Montoya.pdf
- Rosas, P. C., & Arteaga, C. A. (2005). Pagina del centro de bioseguridad. *Acta odontol. venez* v.43 n.1, http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-63652005000100015#:~:text=Desinfecci%C3%B3n%20Maniobras%20que%20destruyen%20g%C3%A9rmenes,vapor%20de%20agua%20saturado%20a.
- Salazar-Yépez, W., & Cabrera-Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial data*, 19(2), 13-20.
- Santamaria, J. (2011). capacitacion basica . *Ministerio de salud Panama* ,
https://www3.paho.org/pan/dmdocuments/Capcitic_Bas__Operarios_Establec-Guia_Metod_Pract.pdf.
- Sattar, S. (2011). Limpieza, desinfección y esterilización. En I. F. Control, *Conceptos básicos de control de infecciones* (págs. 183-201). Portadown, BT62 3WG, N Ireland, UK: British Library.
- Servicio Nacional de Contratación Pública. (2023). *Resolución Nro. SERCOP-SERCOP-2023-0141-R*. Quito.
- Silva, D. d. (2020). Atencion al cliente . *blog de zendesk*,
<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al->

- Yépez, W. S., & Vallejo, M. C. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial data*, 19(2), 13-20.
- Zavala-Choez, F. N., & Vélez-Moreira, E. M. (2023). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador. *Dominio de las Ciencias* 6.3, 264-281.
- Zayas, A. R. (2019). Estrategia de capacitación para el mejoramiento de la Educación Física en la infancia preescolar. *PODIUM*, 14(2): 204-221.
- Zelaya, D. I., & Bellorin, S. C. (2023). Formación de personal de servicio al cliente en sector empresarial caso Joe´s. *Doctoral dissertation, Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC*,
<https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/7651/11313236-noviembre2014-m09-t.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Zendesk. (01 de octubre de 2023). *Blog de Zendesk*. Obtenido de
<https://www.zendesk.com.mx/blog/protocolo-de-atencion-al-cliente/#:~:text=servicio%20al%20cliente%3F-Un%20protocolo%20de%20atenci%C3%B3n%20y%20servicio%20al%20cliente%20es%20un,la%20capacitaci%C3%B3n%20de%20tu%20equipo>.

APÉNDICE

Apéndice A

Formato de la encuesta

FIABILIDAD Y EMPATÍA

1. ¿Considera Ud. que se cumple con los horarios de limpieza de las instalaciones del edificio, por parte de la empresa Meve Clean?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, Muy en desacuerdo

2. ¿Considera Ud. que los trabajadores de la empresa Meve Clean están entrenados y cualificados?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo

3. ¿Si le hace un requerimiento a un trabajador de Meve Clean con respecto a la limpieza de alguna área, es solucionado inmediatamente?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

4. ¿Considera Ud. amable y respetuoso el trato de los trabajadores de Meve Clean hacia la comunidad?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

RESPONSABILIDAD

De acuerdo a su percepción en cuánto a la limpieza de los espacios:

1. ¿Las paredes están limpias y en buen estado?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

2. ¿Las escaleras están limpias y libre de obstáculos?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

3. ¿Los suelos, pasillos laboratorios, están limpios, secos y libres de obstáculos?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

4. ¿Las ventanas y el sistema de iluminación están limpias y con buen mantenimiento?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

5. Las señales de seguridad están visibles y correctamente distribuidas

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

6. ¿Los equipos de trabajo que utilizan para la limpieza, se encuentran en buen estado?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

7. ¿Los trabajadores de la empresa, cuentan con equipo de protección individual y ropa de trabajo adecuada?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

8. ¿Los contenedores de residuos están accesible a los lugares de trabajo?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo

9. ¿Están claramente identificados los contenedores de residuos especiales?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

10. ¿Se evita el rebose de los contenedores?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

COMUNICACIÓN

1. ¿Considera Ud. que la comunicación con los trabajadores de la empresa Meve Clean es fluida?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

2. ¿Existe disponibilidad por parte de los trabajadores de Meve Clean para responder preguntas y proporcionar información?

Muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo.

Apéndice B

Formato de la entrevista

ENTREVISTA: VARIABLE COMPETITIVIDAD

Planificación estratégica y operativa



1. ¿Cuál es el cargo que ocupa?
2. ¿Cuánto tiempo lleva en el cargo?
3. ¿La empresa cuenta con un manual de procesos y procedimientos que es socializado con el personal?
4. ¿La empresa tiene una misión y visión definidas que son socializados con el personal?
5. ¿Cada qué tiempo implementan nuevas tecnologías o métodos de limpieza?

Satisfacción del cliente

1. ¿Cómo garantiza realizar un trabajo de manera eficaz y seguro que deje al cliente satisfecho?
2. ¿Con que frecuencia mide el nivel de satisfacción de los clientes?
3. ¿Qué herramientas utiliza para ofrecer un servicio de calidad y medir el nivel de satisfacción de los clientes?

Satisfacción del personal

1. ¿Cuál es el proceso de reclutamiento del personal?

2. ¿Qué aspectos importantes considera usted para generar un mejor rendimiento laboral en la organización?
3. ¿Cuáles son las técnicas que ha implementado para mantener al personal motivado y satisfecho en la empresa?
4. ¿Cómo es evaluado el rendimiento del recurso humano dentro de la empresa, y cada que tiempo se lo hace?
5. ¿Cada qué tiempo se capacita al personal?
6. ¿Cuáles son los temas de las capacitaciones dictadas al personal, y en base a qué se los escoge?

Rentabilidad

1. ¿Qué estrategias utiliza para medir el nivel financiero y economizar gastos dentro de la empresa?
2. ¿Con que frecuencia se revisan los indicadores y estados financieros para la toma oportuna de decisiones?