



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**ABRIL - AGOSTO 2024**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**LICENCIADA EN COMERCIO**

**TEMA:**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE LA FUNERARIA  
“VIRGEN DEL CISNE” EN LA CIUDAD DE BABAHOYO, PERIODO 2023.**

**ESTUDIANTE:**

**MAHOLY BEJARANO GARCIA**

**TUTOR:**

**ING. JOHAN CALDERÓN ANGULO, MSC.**

**AÑO 2024**

## Índice General

Planteamiento del problema. ....	1
Justificación.....	4
Objetivos.....	5
Línea de investigación. ....	6
Marco conceptual .....	7
Marco metodológico.....	19
Resultados.....	20
Discusión de resultados .....	23
Conclusiones.....	26
Recomendaciones .....	27
Referencias .....	28
Anexos .....	30

### **Planteamiento del problema.**

La Funeraria “Virgen del Cisne” con el Registro Único de Contribuyentes N.º 0927493775001 su propietario Barco Garabí Jairon, inició en el año 2019 se encuentra ubicada en la ciudad de Babahoyo y sus sucursales en el Salto, Mata de Cacao, Montalvo, Ambato, Guayaquil y Durán. Se dedica a ofrecer servicios relacionados con la gestión de fallecimientos y el manejo de los restos mortales, alquiler de sillas, carpas y suministros funerarios, para asegurar el proceso de despedida de un ser querido se realice de manera respetuosa, digno acorde a los deseos de la familia respetando las tradiciones, culturas y religiones pertinentes. En el periodo 2023 presentó las siguientes problemáticas:

Si bien, al momento de comunicarse el cliente con el agente de ventas para detallar los servicios que ofrece la empresa no existe un sistema adecuado para contactarse, ya que existen varios números de los distintos vendedores el cual genera confusión en los clientes. El personal se queja porque en su mayoría tienen que comunicarse de números personales generando inseguridad para ellos. Los clientes no reciben una atención adecuada, lo que afecta su satisfacción y la reputación de la funeraria al ofrecer los servicios de la funeraria.

El personal de la empresa no sigue con las políticas establecidas al ofrecer los servicios. Buscan realizar su trabajo de manera conveniente para ellos, lo que causa frustración en los clientes. Cuando se presta el servicio detallado por el agente de ventas, el personal lo ejecuta de manera distinta, al no cumplir lo que se le detalló con el servicio que otorgo el cliente para su familiar. El personal actual carece de capacitación adecuada para hacer su trabajo y no cumple con los requisitos necesarios para realizar sus funciones correctamente en la funeraria.

Además, existe un déficit de publicidad siendo esta de manera verbal o por medio de redes sociales para que los clientes obtengan información sobre los servicios que ofrece, la misma trabaja a nivel nacional y con servicios personalizados para el cliente. La publicidad en redes sociales contiene deficiente información de los servicios, en cuanto a ello la competencia genera un perfil falso para dar una perspectiva negativa de la empresa. La funeraria carece de suficiente promoción, lo que restringe su visibilidad y reconocimiento en el mercado.

Incluso en la funeraria “Virgen del Cisne” solo existe un proveedor que abastece siempre con los distintos modelos y diseños de cofres a la empresa, este proveedor no le es suficiente porque existen otros con una innovación en sus modelos y ofrecen cofres personalizados. Esto genera alejar un poco al cliente porque desean un modelo distinto o por ser fanáticos de un equipo de futbol, color o tamaño. Esto afecta en obtener un impacto de manera negativa en el cliente y dañar la reputación de la empresa en el mercado.

También existe competitividad en su ubicación, algunos de ellos ofreciendo servicios personalizados o siendo estos más económicos, está competitividad genera pérdida de clientes y se crea una imagen corporativa negativa de la empresa para que el cliente no obtenga los servicios funerarios. Esta es un problema de disputa en el mercado local, lo que le dificulta su habilidad para captar y fidelizar a los clientes. Si no llega a poder diferenciarse y utilizar estrategias comerciales efectiva, la competencia opta por ganar a sus clientes. Además, esta contribuye a la creación de una imagen corporativa desfavorable si los clientes reciben que los servicios de la funeraria no son tan atractivos o competitivos a comparación con las opciones disponibles que existen en el mercado.

Cabe destacar que al ofrecer el servicio el agente de ventas, se le detalla la información de lo que se ofrece y en ello va incluido en que tiempo se le otorga el servicio, el personal no cumple con los horarios de tiempos establecidos para colocar el servicio el

cual esto genera frustración al cliente y no vuelven a comprar el servicio funerario. Esto ha generado que la competencia pueda acceder más rápido para cubrir con la necesidad que obtiene y perder el cliente con el servicio que se ofreció, este problema ha sucedido en muchas ocasiones.

El principal problema de la pérdida de los clientes de esta empresa es por la competitividad que existe a sus alrededores o por un servicio más económico, el personal al no cumplir con lo que ofrece la funeraria en el servicio genera frustración al cliente y existen quejas por parte de ellos. La situación del proveedor, a lo que el cliente exige un modelo personalizado y no se le pueda otorgar, ya que el proveedor no abastece con los diseños y modelos de cofres el cual el cliente busca comprar el servicio de la competencia.

Además al movilizarse el personal para colocar el servicio y existe un contratiempo en la ruta no hay rutas alternativas para llegar a tiempo al destino, el cliente se enoja por no cumplir con el tiempo que el agente de ventas le detallo. Este problema es el que en su mayoría de clientes hacen sus reclamos. La funeraria se encuentra con desafíos logísticos en cuanto al transporte, los retrasos y contratiempos en las rutas para movilizar los cuerpos y suministros funerarios ocasionan molestias por el tiempo para cumplir con el servicio. La falta de rutas alternativas viables intensifica la frustración del cliente, quien espera un servicio puntual y profesional en momentos de gran sensibilidad.

Por último, la funeraria “Virgen del Cisne” carece de un sistema oficial para que los clientes puedan expresar quejas y reclamos. La ausencia del buzón dificulta el abordaje estructurado para la resolución de los problemas que se le presentó a los clientes y perder la oportunidad de realizar mejoras importantes en la calidad del servicio proporcionado. Además, la falta de un sistema formal para recibir sus quejas puede hacer que los clientes perciban que no se les presta la atención debida y no habrá mejoras.

## **Justificación**

Este trabajo de investigación se realiza por que en la funeraria “Virgen del Cisne” existe una inadecuada gestión de calidad en los servicios que ofrece, esto ha conllevado a la pérdida de clientes por la gestión que el personal no cumple con las políticas que establece la empresa generando frustración en el cliente, además, al no existir otro proveedor que pueda satisfacer las necesidades y preferencias del cliente se incumple con el servicio que se ofrece. La competencia a sus alrededores es el principal problema generando una información falsa de la empresa, hay un déficit en el buzón de quejas y reclamos no se puede mejorar el servicio por que no se observa o escucha el problema que se le generó al comprar el servicio y así poder mejorarlo.

La siguiente investigación se realizará para visualizar las problemáticas que existen en la empresa y ofrecer un servicio de calidad con todos los suministros funerarios, para que el familiar pueda recibir a su ser querido con un servicio digno y respetuoso para proporcionar en que pueda mejorar e innovar para no perder clientes y fidelizarlos. La pérdida de clientes debido a la competencia, la falta de cumplimiento del personal y la insuficiencia de proveedores resalta la necesidad de mejorar la gestión interna y la oferta de sus servicios.

Este estudio de caso beneficia a la empresa, la gestión de calidad en sus servicios que ofrece, mejorando los problemas con su personal inadecuado, un servicio personalizado en óptimas condiciones, teniendo mejora en las rutas alternas al transportar sus suministros funerarios y así no poder perder clientes. La necesidad de una estrategia de marketing efectiva es vital para aumentar la visibilidad de la empresa, justificar la necesidad de una gestión de calidad integral y otorgar un buen servicio en la funeraria.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar la gestión de calidad en los servicios de la funeraria “Virgen del Cisne” en la ciudad de Babahoyo durante el periodo 2023, aplicando técnicas de investigación para recomendar alternativas en los servicios y así satisfacer a los clientes.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar el grado de calidad de los servicios funerarios aplicando una comparación durante los periodos 2022-2023.
- Establecer la percepción del cliente a través de encuestas para comprender el nivel de satisfacción de los clientes.
- Recomendar alternativas que permiten mejorar la calidad en los servicios funerarios.

### **Línea de investigación.**

Este estudio de caso titulado Gestión de la calidad en los servicios de la funeraria “Virgen del Cisne” en la ciudad de Babahoyo durante el periodo 2023, es la excelencia en la calidad de los servicios ofrecidos en la empresa. Se analizan distintos procesos que afectan e influyen en la eficiencia de los servicios otorgados, con el objetivo de poder determinar el grado de calidad de los mismos y establecer la percepción del cliente para poder recomendar alternativas que permitan mejorar la calidad de los servicios funerarios. Este trabajo tiene la relación con esta línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, con la sublínea Empresas e instituciones públicas y privadas, debido a las razones que se detallan en lo siguiente:

Existe una correlación directa entre estas actividades de la gestión de la calidad de los servicios en la funeraria “Virgen del Cisne” y su línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control. Debido a que están regidos por políticas y regulaciones que tienen como objetivo garantizar que los servicios funerarios se presten de manera ética, profesional, digna y respetuosa; en este contexto se distingue la gestión de calidad de los servicios para asegurar que sea una empresa responsable y así satisfacer a los clientes.

El caso de estudio se contextualiza en la sublínea empresas e instituciones públicas y privadas, puesto que la variable a revisar es la gestión de calidad en los servicios funerarios, que representa distintos procesos mediante el cual se aseguran que todos los aspectos del servicio cumple con estándares predefinidos de calidad, eficiencia y satisfacción del cliente, las cuales son fundamentales para garantizar que el servicio se mantenga en niveles altos de calidad ofrecidos cumplan con las expectativas y necesidades de los clientes en momentos tan sensibles como la pérdida de un ser querido, también tiene un impacto directo en la reputación y la imagen de la funeraria.



## **Marco conceptual**

### **Gestión de calidad**

De acuerdo a la última versión de las normas (ISO, 2015) La gestión de calidad es un conjunto de herramientas y acciones cuyo objetivo principal es evitar errores o desviaciones en todo el proceso de producción y en productos o servicios que se obtengan a través de él. Es importante tener en cuenta que no se busca identificar los errores cuando ya han ocurrido, el objetivo es evitarlos antes de que ocurran he ahí la importancia del sistema de gestión en una organización. La gestión de calidad abarca un conjunto de acciones con el fin de buscar garantizar la calidad, más bien se enfoca en el proceso para el cual se obtienen los productos.

De acuerdo con las normas ISO 9001, esta norma sobre la gestión de calidad tiene reconocimiento global, ayuda a las organizaciones a cumplir con aquellas experiencias y necesidades de sus clientes, controla y gestiona de manera adecuada la calidad de los procesos, siendo considerada una norma de gestión relevante en torno a los estándares de referencia que describen cómo lograr un desempeño y un servicio consciente y eficaz. Son empleadas por más de un millón de organizaciones y contribuyen a que el sistema de servicios opere de manera eficiente y rentable, esta herramienta ayuda a promover los negocios de manera efectiva, aumentando la resiliencia operativa al planificar actividades a largo plazo.

Hablar de calidad implica considerar subjetivos que se refieren a las expectativas sobre un producto o servicio adquirido. La gestión de calidad en este contexto, en un servicio de funeraria es una condición crucial y necesaria para el éxito competitivo de una organización, dado que el usuario generalmente no está preparado para la pérdida de un familiar o persona cercana a su círculo. En este caso, supone un vínculo emocional al solicitar el servicio, el cual se espera que sea desarrollado de manera óptima y eficaz.

Dado al aumento de los negocios, es importante ofrecer productos y servicios de mayor calidad.

A partir de los distintos enfoques las instituciones desarrollan sistemas de gestión de calidad mismos que permiten estar de control, supervisión y distribución de sus recursos o servicios. la funeraria virgen del cisne en donde se desarrolla la presente investigación no cuenta con un plan estratégico de gestión de calidad y esto afecta directamente al desarrollo de la institución. Los sistemas de gestión de calidad están acompañados de tomas de buenas decisiones desde la dirección institucional para que así se pueda contribuir significativamente a mejorar los indicadores de desempeño. (Rey & Flores, 2022)

Es importante reconocer el papel central que ejerce una dirección de organizacional para contribuir al buen desarrollo de una empresa. De igual manera, la noción de calidad busca identificar la satisfacción de las necesidades y expectativas que los clientes buscan, promoviendo así la mejora continua de los procesos. Un conjunto de actividades planificadas a lo largo de la organización permite alcanzar de manera eficiente los objetivos de la empresa, haciendo referencia al dinamismo en las organizaciones que da lugar a la gestión de calidad.

Según (Mora, Huilcapi, & Escobar, 2017) nos dice que los procesos administrativos son la base para la creación de indicadores, los indicadores van a conocer la posición económica y financiera del mundo mediante los resultados que ellos se arrojan toman decisiones mismas pueden tener las características de oportunidad y fiabilidad. Las decisiones son aquellas directrices que indican las actividades que se deben seguir para el éxito de una empresa, en la ciudad de Babahoyo las empresas toman en cuenta el entorno y la experiencia, así como particularidades previas a la decisión. Las empresas

tienen un alto nivel de cumplimiento de objetivos y metas de acuerdo a organización, sin embargo, no todos los enfoques están considerados a largo plazo.

Según (Ormanza & Guerrero, 2021) “Las empresas deben poner atención a la calidad de sus operaciones, es muy común en la actualidad el pasar por alto la atención y estrategia que define los procesos del servicio ofrecido” si bien es cierto todo negocio tiene áreas de oportunidad y puntos ciegos por lo que la falta de un sistema de control de calidad trae consecuencias graves no solo en base a las operaciones el servicio que se ofrece sino también en toda la estructura del negocio. Cumplir con todas las expectativas y llegar a la satisfacción de los consumidores siempre traerá buenas experiencias de manera contraria se podrían generar una gran cantidad de problemas que podrían ser prevenidos con la adopción de un proceso adecuado de control.

En su mayoría las empresas que no poseen un programa de gestión de calidad carecen de algunos elementos vitales, esto hace que su producto o servicio se estanque mientras los productos de la competencia continúan mejorando en calidad y función. Una falta de control de calidad evita que la empresa mejore en lo que hace, una empresa no comprometida con la satisfacción de los clientes sobre el rey del siglo de perderlos ante sus competencias ya que van a responder a las demandas de los consumidores. (Saavedra, 2019)

La gestión de calidad es parte esencial para alcanzar los objetivos planificados basados en la calidad de empresas, sin importar su naturaleza. Enfocándose en el sector de servicios, la gestión de calidad es considerada uno de los elementos más importantes, por lo tanto, buscar la excelencia en un servicio es crucial para lograr el éxito en un mercado económico que se vuelve cada vez más competitivo.

En las últimas décadas la gestión de calidad de servicios se posiciona como un elemento preponderante que reporta muchos beneficios que permiten mantener a una empresa en un régimen alto de competitividad. (Zavala & Vélez, 2020) Resaltan cómo durante mucho tiempo los servicios han sido la fuente principal de crecimiento de aquellos países ricos, de igual manera las economías desarrolladas han estado moviéndose hacia los servicios de manera continua y hoy en día esta economía de servicios está posicionada como mayor generador de empleo en la mayoría de los países.

### **Servicios al cliente**

Según (Pincay & Parra, 2020) se refiere aquellas acciones implementadas a los clientes antes, durante y después que son parte de la compra del producto o servicio. Están bien conocido como servicio de atención al cliente y eso es avisado para cumplir con la satisfacción de lo solicitado. Un buen servicio al cliente no solo responde a la necesidad inmediata que ofrece una satisfacción tanto a corto plazo como a largo plazo.

Sin importar las características de la empresa ya sea pública, privada, grande, mediana o pequeña; todos los miembros de la misma están implicados en el servicio al cliente. El servicio al cliente no es una decisión optativa lo podemos considerar como un elemento imprescindible para el desarrollo de un mundo y es considerado la clave para el éxito o el fracaso. En este caso hablamos de un negocio pequeño, pero con varias sucursales por lo que su expansión se podría considerar competitiva en función de otras empresas que ofrecen el servicio de funeraria.

El servicio de cliente es la atención que una empresa o negocio brinda sus clientes en el momento de atender las consultas, pedidos, reclamos o venderle un producto. Se puede entender como un concepto de trabajo en la manera de hacer las cosas lo que afecta tanto positivamente o negativamente en la organización y el desarrollo de una empresa.

Este servicio aumenta el valor del cliente que más bien desea crear una relación con la empresa, así mismo la empresa debe buscar un compromiso con ellos y sentirse importante en la elección de sus servicios (Muñoz, 2022).

Este servicio busca hacer que los usuarios se sientan a gusto con su interacción y relación con una compañía para que así nunca olviden la satisfacción obtenida y la tenga como principal opción en oportunidades futuras. Aunque muchas personas lo consideran como algo sencillo, la atención abarca múltiples factores tales como personalidad, amabilidad, rapidez, eficacia, seguimiento, entre otros.

Generalmente se considera como un mal servicio al cliente cuando la experiencia afecta de manera emocional al cliente, Según Merino (2020) “cuando hay ningún problema o necesidad el cliente se pone en contacto con el servicio que desea esperando que su problema se resuelva con rapidez y eficacia” en este caso los usuarios al sufrir la muerte de un familiar o persona cercana en su círculo buscan un servicio de funeraria óptimo que permite cubrir sus necesidades de manera rápida y oportuna ya que usualmente este tipo de situaciones se generan de manera inesperada, los usuarios no están preparados para hacer uso de este servicio.

Cuando la atención al cliente no cumple las expectativas del usuario y no es tratada como se espera, puede causar frustración, insatisfacción o pérdida de confianza con la institución. Si el servicio al cliente en la funeraria no fue el esperado, el usuario compartirá su mala experiencia con otras personas, lo que impacta negativamente al negocio. Cuantos más clientes insatisfechos haya, mayor será la mala reputación generada para la empresa.

## **Servicios funerarios**

El objetivo principal del servicio funerario según (Martinez, 2024) es brindar un espacio para que familiares, amigos y allegados decidan a su ser querido, honra en su memoria y encuentra un poco de consuelo en su cuerpo. Este servicio incluye diferentes aspectos desde trasladar el cuerpo está organizar todo el proceso velatorio. Además, tienen distintos tipos de servicios generales de acuerdo a lo que solicite cada familiar. El tiempo que se tiene para despedir debe ser realizado con respeto para que los familiares y amigos puedan expresar el dolor y poder encontrar un poco de consuelo en la pérdida de esa persona.

La atención al cliente desempeña un papel crucial en los servicios de funeraria, dado que se trata de la pérdida y el duelo de una persona, es fundamental comprender la situación emocional de la familia y ofrecer un apoyo genuino y empático. Por ello, la atención en este tipo de servicios va más allá de proporcionar información y llevar a cabo trámites, se basa en el respaldo ofrecido y en entender las necesidades individuales de cada familia, brindando apoyo en todo el proceso.

El servicio funerario se considera una parte de la asistencia destinada a proporcionar a los familiares y allegados de una persona fallecida la oportunidad de reunirse de manera serena y apropiada. Un servicio funerario implica organización general y facilita la superación del dolor en la muerte de un ser querido, generalmente estos servicios se transforman por varios momentos desde la muerte (Osorio, 2020)

Los servicios funerarios sirven como un último adiós a los seres queridos y se espera que los trabajadores funerarios traten a la persona fallecida con el cuidado y respeto que merece de acuerdo a (Zorrilla, 2020) desafortunadamente existe negligencia funeraria, este tipo de situaciones afecta a los miembros de la persona que ya se encuentra

en un estado vulnerable en la pérdida de su ser querido, el tipo de servicio solicitado puede variar según diversos factores de acuerdo a la a la religión, estado financiero, visión personal de vida e incluso la condición del cuerpo del fallecido. Las fallas por parte de una funeraria pueden resultar impactantes y traumáticos para los familiares y amigos ya que es difícil decir adiós aún más difícil últimos momentos.

### **Satisfacción del cliente**

En Ecuador, la universidad Santiago de Guayaquil (UCSG, 2019) presentó una investigación relacionada a la calidad de servicio y las aplicaciones de los clientes, manifestó la evidencia de que existe una correlación positiva entre la excelencia del servicio y la satisfacción de los clientes. Con estos datos principales se propone programas de capacitación y de calidad que sean dirigidos al personal del servicio, a partir de estos conceptos donde se crea una ventaja competitiva en la empresa. La relación directamente proporcional que hay entre la región de calidad y al cliente fundamentales además de generar gran importancia, además genera gran importancia en la implantación de sistemas para la gestión de calidad que permita mantener de manera exitosa el mercado económico.

La satisfacción del cliente es la evaluación de la reacción que los consumidores tienen en relación con un servicio o producto de una marca en particular, en este caso de los servicios funerarios. Las valoraciones son indicativas para optimizar el servicio ofrecido y también para comprender con precisión sus necesidades, de igual manera obtener constantemente una calificación baja hace que el negocio decaiga y existan pérdida de clientes (Florez, 2021)

Aunque el escenario ideal es tener a un cliente que no solo este contento, sino que también se convierta en un promotor de los servicios, recomendando la marca a casi

cualquier persona que necesite lo que ofreces, la realidad es que contar con clientes o incluso con reseñas y distintas valoraciones, pueden cambiar de una mejor manera la situación de la empresa.

En el mundo altamente competitivo en el que se vive, la satisfacción del cliente es crucial para las empresas, ya sean grandes como pequeñas. No importa el sector al que pertenezcas, ya no es suficiente con ser el primero en el mercado sino poder sobresalir de la competencia.

Los tiempos han cambiado y, con ellos, la manera en que los consumidores piensan, lo que nos llevado a haber alterar los distintos hábitos de compra. El consumidor actualmente enfrenta una decisión complicada al adquirir un producto o servicio, ya que tiene frente de las 50 empresas del mismo tipo que buscan captar su preferencia. Por ello se busca ofrecer un excelente servicio para estar entre las primeras seleccionadas por los usuarios.

La satisfacción del cliente en un servicio funerario es la suma importancia que tiene varios aspectos (García, 2022):

- Son momentos de gran sensibilidad y dolor para los familiares, en este contexto la satisfacción implica recibir un servicio que sea respetuoso, comprensivo y empático con las necesidades de los clientes.
- La familia tiene expectativas sobre cómo se gestiona una funeraria, es crucial cumplir con estas expectativas para asegurar la satisfacción del cliente.
- Una funeraria profesional y bien organizada incrementa significativamente la satisfacción del cliente, esto abarca desde la presentación del personal hasta la gestión de cada detalle en el servicio general y la disponibilidad de instalaciones apropiadas.



- La satisfacción del cliente desempeña un papel fundamental en la empresa, suelen recomendar los servicios a otros familiares en situaciones similares, lo que resulta crucial para el crecimiento y la estabilidad del negocio.
- Cumplir con los requisitos legales pertinentes es otro aspecto crucial para contribuir a la satisfacción del servicio.

Mucho más allá de un simple tema relacionado con la estación de servicios, la satisfacción se trata de un apoyo incondicional que permite cumplir con objetivos específicos y el manejo profesional necesario que se requiera.

### **Calidad de los servicios**

Se define a la calidad de un servicio como el conjunto de estrategias y acciones que ayudan perfeccionar el servicio del cliente, además, con la interacción entre el consumidor y el servicio adecuado. La clave que tiene este soporte es que radica en establecer relaciones y un entorno altamente positivo, servicial y cordial que asegure que estos clientes vayan con una buena impresión (González, 2022). De este modo, el cliente estará satisfecho con mayor frecuencia, ya que recibió excelencia de su transacción. Además, proporcionar un servicio de calidad ayuda a corregir errores, ya que permite identificar los momentos en que los consumidores requieren más asistencia.

Pilares que son fundamentales de acuerdo a la calidad del servicio al cliente según (Arias, 2020)

Monitorear, es poder mantenerse en comunicación y contar con un respaldo de la tecnología son muchos de los fundamentos que aseguran la excelencia en el servicio al cliente. Es crucial mantener estos aspectos actualizados para prevenir errores durante el proceso y asegurar una relación duradera.

- **Monitoreo:** a aquellas acciones del servicio al cliente es determinante para poder evaluar la calidad de la atención que brinda al consumidor. Para ello, la empresa necesita basarse en datos concretos y retroalimentaciones positivas como negativas. Entonces, empieza a seguir los procedimientos de manera continua y examina métricas que ayuden a detectar errores y aprovechar oportunidades. Así, podrás avanzar de las simples opiniones a identificar prácticas que pueden optimizarse para alcanzar la excelencia en el servicio.

Las respuestas permiten vigilar diversos aspectos de la empresa, como la calidad del servicio, el soporte técnico, la excelencia de los productos y mucho más. De este modo, resulta más fácil obtener información relevante sobre el negocio desde la perspectiva del cliente.

- **Innovación:** Llega un momento en que las empresas deben actualizarse. Hay varias razones para ello: una es adaptarse al nuevo entorno competitivo del mercado, y otra es mantenerse siempre pertinente para los clientes. Seguir las tendencias actuales y mostrar que la empresa está continuamente renovada influye tanto en los procesos del negocio como en la calidad del servicio al cliente. Esto se debe a que una transformación permite identificar las señales de interés del consumidor y, de esta manera, realizar una evaluación sobre el rendimiento de la organización.
- **Tecnología:** Innovación y tecnología van de la mano. Al fin y al cabo, es casi imposible ser una empresa innovadora sin contar con el respaldo tecnológico. Combinar esos dos pilares es crucial para crear interacciones más inteligentes y personalizadas que faciliten el servicio a los clientes. Existen muchas formas de integrar la tecnología en la atención al público. Por ejemplo: una funeraria que envía mensajes personalizados a los clientes, como la necesidad de asistencia o la

disponibilidad de un producto, tiene un mayor impacto que otra que no ofrece el servicio. Este mensaje se puede obtener gracias a herramientas tecnológicas que permiten simplificar el trabajo.

- **Abordaje:** No es novedad que la comunicación es uno de los fundamentos esenciales de la calidad en el servicio al cliente. Esto se debe a que un enfoque claramente establecido permite unificar las interacciones y escuchar lo que el cliente tiene que expresar, ya sea algo negativo o positivo. Es importante recordar que una comunicación efectiva debe estar presente en todos los puntos de contacto con el cliente. Al final, de poco sirve ofrecer ayuda con el objetivo de vender y, una vez conseguido, desatender el contacto.

### **Análisis de la competencia**

Según (Balaguer, 2022) actualmente, es cada vez más evidente que hacerse un lugar en un mercado específico es cada vez más difícil. No importa si se trata de una pequeña, mediana o gran empresa, la competencia es cada vez más intensa. Este fenómeno impulsa a las nuevas empresas y emprendedores a buscar maneras de distinguirse de sus rivales, tratando de innovar y evolucionar para lograr darse a conocer y consolidarse en el mercado.

El análisis de la competencia es una táctica de expansión institucional, en el cantón Babahoyo, se observa hasta el momento el registro de 4 empresas que brindan servicios funerarios: Funeraria Avendaño, Funeraria Pichincha, Parque de la Paz Babahoyo y Funeraria Virgen De Cisne Babahoyo. Aunque existen otras entidades que ofrecen servicios funerarios, las mencionadas son las más reconocidas por la comunidad. Ecuador atraviesa una crisis de inseguridad constante y el cantón Babahoyo es una de las ciudades peligrosas del país ya que se encuentra en el top 10 de cantones con más muertes violentas.

Un emprendedor exitoso se caracteriza por su búsqueda de oportunidades e iniciativa, visualizando los problemas la posibilidad de poder iniciar un negocio. Además, esta va a demostrar perseverancia al enfrentar estos obstáculos y persiste en la consecución estos objetivos, para adaptarse al entorno y asumir la responsabilidad de poder lograrlo. Se cumple con los compromisos, priorizando la satisfacción del cliente y las relaciones que se tienen de manera duradera. Asimismo, busca continuamente mejorar la calidad y eficiencia de los productos y servicios, intentando reducir costos y optimizar el tiempo. Toma riesgos calculados, evaluando sus consecuencias y disponiendo un plan de contingencia.

Ecuador es un país emprendedor, según Mora et al (2021) las personas buscan continuamente ideas de negocios innovadoras para crear y expandirse. La decisión de emprender no solo se basa en satisfacer la necesidad, sino también en identificar una oportunidad. La alianza para el emprendimiento e innovación del Ecuador señala que los emprendedores por necesidad tienen poca innovación; ellos desean generar ingresos inmediatos, se dejan llevar por las emociones al no ver rentabilidad y deciden cerrar el negocio sin aplicar estrategias que permitan innovar y crecer en el mercado.

Es importante conocer a la competencia para que respecto a ello se pueda considerar distintos aspectos que servirán para mejorar o asegurarse de cada proceso de la empresa, esto puede ser desde el costo del servicio como las fortalezas que contiene la funeraria. Esto ayudará a tener un impacto positivo ante los clientes ya que permite que la empresa tenga aspectos depende las necesidades de cada cliente.

## Marco metodológico

### Método del Sistema Integrado de Gestión de Calidad

Este método se aplicó para poder determinar que los servicios se presten de una mejor calidad, para optimizar los procesos y recomendar una mejora en la eficiencia de la empresa para fortalecer mucho más la reputación de la funeraria ante la competencia y diferenciarse de ellos. Mediante la integración de la gestión de la calidad de los servicios, obteniendo una mejora en la satisfacción de los clientes que utilizan los suministros funerarios, asegurando un servicio digno, respetuoso y de calidad para sus seres queridos.

### Técnicas

✚ **Comparación:** La técnica para determinar el grado de la calidad de los servicios mediante una matriz de comparación de los periodos 2022 – 2023.

✚ **Encuestas:** La siguiente técnica para establecer la percepción del cliente mediante unas encuestas para conocer la satisfacción de los clientes en cuanto a los servicios funerarios.

### Instrumentos

✚ **Matriz comparativa:** Se identifica la calidad de los servicios mediante un cuadro comparativo en el que se especifica cada proceso que obtiene la empresa, para luego pasar al proceso de observación de lo sucedido en los distintos años.

✚ **Cuestionario de encuestas:** Al asegurarse que todos los servicios se presten de manera consistente y con alta calidad, mediante encuestas para conocer las distintas opiniones de los clientes al otorgar el servicio funerario y poder diferenciar cuales son los problemas que más se aquejan para poder solucionar y mejorar para atraer a más clientes.

## Resultados

### Tabla 1:

Matriz de comparación de los periodos 2022-2023 de la Funeraria "Virgen del Cisne" para determinar el grado de calidad de los servicios.

<i>Factores</i>	<i>Periodo 2022</i>	<i>Periodo 2023</i>	<i>Variable de la calidad (2023- 2022)/2022*100= %</i>	<i>Observación</i>
<i>Número de servicios prestados</i>	308	460	49%	La criminalidad que existe en el país ha demostrado que hubo un incremento de servicios prestados en cuanto a fallecimientos en el año 2023.
<i>Satisfacción de los clientes</i>	160	300	87%	Se obtuvo una mejora en la eficiencia de los servicios funerarios para los clientes.
<i>Retención del cliente</i>	30	45	50%	La mitad de los clientes que obtuvo la funeraria se fidelizaron sea de cualquier circunstancia.
<i>Alcance de la Publicidad en redes sociales</i>	77	93	20%	El alcance de la publicidad en redes sociales se encuentra en un porcentaje muy bajo, siendo este uno de los principales problemas de la Funeraria al no otorgar información actualizada de sus servicios.
<i>Servicios entregados a tiempos</i>	90	110	22%	El tiempo en sus rutas para entregar los servicios no fueron dignos y de calidad para los clientes, el cual en el año 2023 se obtuvo una mejora en la necesidad de llegar a tiempo.
<i>Número de quejas y reclamos.</i>	115	160	39%	La empresa tiene cada vez más reclamos y quejas por los servicios esto ha hecho que se obtenga pérdida de clientes, al no recibir las mejoras de sus servicios siendo estas que tienen que ser un servicio óptimo y de buena calidad.

**Nota.** Tabla donde se evidencia los distintos procesos de la funeraria Fuente: Información obtenida de la Funeraria “Virgen del Cisne” en la ciudad de Babahoyo.

## Resultados de la encuesta

**Tabla 2.**

### *Calidad del servicio*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
EXCELENTE	10	22.22%
MUY BUENO	5	11.11%
BUENO	10	22.22%
REGULAR	10	22.22%
DEFICIENTE	10	22.22%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se detalla cómo fue la calidad de los servicios que adquirió los clientes de la funeraria.

**Tabla 2.**

### *Personal en servicio al público*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
EXCELENTE	5	11.11%
MUY BUENO	5	11.11%
BUENO	10	22.22%
REGULAR	15	33.33%
DEFICIENTE	10	22.22%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se verifica si el personal fue profesional y respetuoso durante el servicio que otorgo el cliente.

**Tabla 3.***Rapidez del servicio*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TOTALMENTE SATISFECHO	10	22.22%
MUY SATISFECHO	5	11.11%
NEUTRAL	10	22.22%
POCO SATISFECHO	13	28.88%
NADA SATISFECHO	7	15.55%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se da a conocer que tan eficiente y rápido fue el personal para cumplir con el servicio que adquirió el cliente.

**Tabla 5.***Eficiencia de contacto*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MUY FÁCIL	0	0%
FÁCIL	5	11.11%
REGULAR	10	22.22%
DIFÍCIL	20	44.44%
MUY DIFÍCIL	10	22.22%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se da a conocer si el cliente pudo contactarse con el agente de ventas de manera rápida y fácil para adquirir el servicio.



## **Discusión de resultados**

De acuerdo a los resultados del número de servicios prestados que se obtuvieron en el año 2023 hubo un notable incremento en los servicios debido a que el Ecuador atraviesa una crisis de inseguridad. En particular, el cantón Babahoyo que se encuentra en una de las ciudades más peligrosas con un aumento significativo con más muertes violentas, esta situación de inseguridad ha llevado que se obtengan más ventas de acuerdo a los resultados de la comparación de los años 2022 - 2023.

En mención a la satisfacción de los clientes por los servicios que se prestaron, se obtuvo una mejora para los clientes atendidos en el año 2023. Este crecimiento en la satisfacción se debe al enfoque muy eficiente y comprometido para cumplir con las expectativas y necesidades del cliente garantizando que se obtenga un servicio íntegro y respetable para sus familiares esto se refleja en el esfuerzo persistente y consciente que se tiene por parte de la funeraria en la calidad de sus servicios y superar con las expectativas de sus clientes.

La retención de los clientes en la funeraria al otorgar los suministros funerarios fue de 45 personas en el año 2023, demostrando así un crecimiento sostenido en la confianza y satisfacción de los clientes, haciendo así que de aquellos clientes se conozca la percepción que tienen por los servicios para poder fidelizarlos, cumpliendo con aquellos estándares que cada cliente exige por el servicio. Este dato es significativo, ya que la retención del cliente es un indicador clave de la calidad del servicio.

El alcance de la publicidad que se obtuvo en las redes sociales es muy bajo en cuanto a la información de sus publicaciones, lo cual se debe tomar en consideración como un problema significativo ya que hoy en día, las redes sociales juegan un papel crucial en la interacción y comunicación con el público, especialmente cuando se trata de

otorgar información sobre los servicios que se ofrecen en redes sociales. Por esto es fundamental abordar este problema para que las redes sociales sean muy efectivas.

Los tiempos de los servicios entregados en el año 2023, no muestran mucha diferencia en comparación con el año 2022, esta falta de mejora en la eficiencia de los servicios considerando cuales son los problemas que afectan en los tiempos de entrega en las rutas, este problema está causando frustración en los clientes al no cumplirse con el tiempo establecido que se le detallo para sus servicios, al considerar que este tiene que ser uno de los principales procesos para poder ofrecer un servicio de calidad.

El número de quejas y reclamos del año 2022 al año 2023 registrados en la información de la funeraria fueron de 160 personas, la funeraria tiene cada vez más reclamos y quejas, esto indica que se está enfrentando a crecientes desafíos en la satisfacción del cliente, el cual hay que tomar en consideración cuales son las causas o problemas que hace que sus clientes se frustren siendo estas que tienen que ser un servicio optimo y de buena calidad. Cada detalle cuenta y cualquier falla puede tener un impacto significativo en la experiencia del cliente.

En la encuesta realizada a 45 clientes de la funeraria "Virgen del Cisne" ubicada en la ciudad de Babahoyo se preguntó sobre la manera en que calificarían la calidad del servicio funerario que recibió, a esto un 22% de encuestados lo calificó como excelente, un 11% muy bueno, un 22% bueno, otro 22% regular y otro 22% lo calificó como malo. Estos resultados indican que en su mayoría los clientes califican el servicio en un bajo porcentaje.

Al preguntarle a los clientes de la funeraria "Virgen del Cisne" qué tan profesional y respetuoso fue el personal durante el servicio que solicitaron un 11% indicó que excelente, otro 11% muy bueno, un 22% bueno, un 33% regular y un 22% malo. Estos

resultados son bastante parciales por lo que no se puede determinar de manera específica como un inconveniente de la atención al cliente.

Al preguntarle a los clientes de la funeraria “Virgen del Cisne” sobre la rapidez y eficiencia del servicio funerario que recibieron un 22% indicó que estaba totalmente satisfecho, un 11% muy satisfecho, un 22% neutral, un 28% poco satisfecho y un 15% nada satisfecho. Solucionando de esta manera nuestra incógnita en la pregunta número 2 y resolviendo que el servicio obtenido por parte de los clientes no fue muy bueno.

Al preguntarle a los clientes sobre qué tan eficientes o rápido fue contactar el servicio de funeraria el 0% indicó que muy fácil, el 11% fácil 22% regular, 44% difícil y 22% muy difícil. En esta pregunta se concluye que para los clientes fue difícil contactar el servicio de la funeraria debido a que no existe un solo sistema para poder contactarse de manera directa el agente de ventas con los clientes.

Estos datos sirvieron para determinar cuáles son las causas o problemas que hacen que los servicios de la Funeraria “Virgen del Cisne” ubicada en la ciudad de Babahoyo, no cumplan con ser de calidad que afectan y hacen que los clientes se frustren es por ello que se considera que alternativas o recomendaciones adquirir para poder mejorar en estos distintos procesos en la gestión que mantiene la funeraria y puedan generar un impacto positivo para que aquellos clientes se fidelicen.

Los datos que se obtienen de la matriz de comparación de los años 2022- 2023 se considera que si existe una diferencia de los factores de esos años, el cual permite que se pueda determinar y observar el grado de calidad de los servicios y de los procesos en la gestión de la funeraria, esto ayuda a verificar los resultados para poder recomendar que alternativas hacen que mejore los servicios y estos sean de una mejor calidad y dignos para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

## Conclusiones

En el año 2023 se obtuvo un notable aumento en los servicios prestados debido a la crisis de inseguridad que existe en el Ecuador, especialmente en Babahoyo generando más ventas para la funeraria. El alcance de la publicidad dirigida a los clientes en redes sociales se lo considera bajo, indicando que se tiene que mejorar en la información que se obtiene de las redes sociales siendo el principal medio para comunicarse con los clientes; sin embargo, la satisfacción de los clientes mejoró, el cual ayuda a mejorar distintos procesos de los servicios siendo estos de una mejor calidad y digno causando satisfacción en los clientes y así poder fidelizarlos.

La calidad del servicio la consideran que es muy baja, considerando que es muy importante conocer cuáles son las causas que hacen que el servicio no sea de agrado para los clientes. El personal no ha sido profesional al realizar su trabajo para cumplir con el servicio el cual han considerado como regular, la rapidez y eficiencia del servicio causó frustración en el cliente el cual se debe obtener una alternativa para poder solucionar la causa de dicha frustración. La dificultad para poder contactarse el cliente con la funeraria se ha tornado difícil ya que casi la mitad de los clientes lo muestran como un problema el cual se debe considerar que alternativa tomar y poder solucionar de la forma más fácil para contactar el servicio.

En conclusión, hay que mejorar en las publicaciones siendo constantes en redes sociales para aumentar la captación de los clientes y poder aumentar su audiencia, adquirir capacitaciones en el personal para que puedan mejorar su trabajo y poder ofrecer un servicio de calidad, obtener una sola línea telefónica para que los clientes se puedan comunicar de manera fácil con los agentes de ventas y puedan otorgar sus servicios. De esta manera se podrá mejorar la gestión de la calidad de los servicios funerarios haciendo que sean de agrado de los clientes y poder fidelizarlos.

## **Recomendaciones**

Adquirir publicaciones más frecuentes y focalizadas para captar la atención de más clientes y puedan obtener la información de manera directa mediante las redes sociales. Implementar encuestas presenciales para los clientes después de otorgar el servicio para obtener información sobre la experiencia que obtuvo el cliente.

Capacitar al personal para que estén de manera constante al tanto de las políticas o cambios que posee la funeraria y poder cumplir con los servicios de una mayor calidad. Disminuir las causas que hacen que el servicio no sea de agrado mediante constantes opiniones de los clientes para mejorar los servicios.

Evaluar el desempeño del personal para considerar que los servicios se lleven a cabo con las normas de la funeraria para que estos sean de una mejor calidad. Establecer un sistema de mensajes que le permita al cliente poder comunicar al agente de ventas, si el personal está cumpliendo con el servicio que se le detallo cuando se comunicó con la funeraria.

Adquirir una sola línea telefónica eSIM de comunicación para los agentes de ventas para que no exista ninguna confusión con el cliente al contactar los servicios, siendo esta línea de manera fácil y este brinde información completa sobre todos los servicios funerarios que ofrece la empresa. Esta es la principal recomendación que puede tomar la empresa ya que sus clientes y el personal lo consideran que debe mejorarse por que con esto también ha generado perder clientes y busquen de la competencia.

Se recomienda utilizar estas alternativas para que los servicios funerarios sean de una mejor calidad para los clientes y así poder satisfacerlos, cumpliendo con aquellas necesidades que obtengan en esos momentos difíciles y la funeraria poder cumplirlos de manera digna y respetuosa.

## Referencias


- Arias, C. (2020). *Factores que afectan los niveles de calidad del servicio al cliente en el restaurante Parador La Colina*. Obtenido de Repositorio Universidad de Cordoba:  
<https://repositorio.unicordoba.edu.co/server/api/core/bitstreams/ea4a7b2a-fa94-4e8c-b46d-456897e15732/content>, pág 15.
- Aristega, J. E., Pérez, M. J., Vásquez, V. J., & Morejón, S. E. (2021). *Evolución de los emprendimientos por oportunidad*. Obtenido de Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios:  
[file:///C:/Users/nalle/Downloads/Evolucion\\_de\\_los\\_emprendimientos\\_por\\_oportunidad\\_e.pdf](file:///C:/Users/nalle/Downloads/Evolucion_de_los_emprendimientos_por_oportunidad_e.pdf), pág 20.
- Balaguer, L. (13 de 05 de 2022). *Análisis de la competencia*. Obtenido de Análisis de la competencia: <https://diquis.cloud/wp-content/uploads/2022/05/ANALISIS-DE-LA-COMPETENCIA.pdf>, pág 7.
- Florez, L. K. (2021). *La importancia de la calidad y el servicio*. Obtenido de Revista EDUNEURO:  
<https://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/335>, pág 5.
- García, M. C. (2022). *Importancia del compromiso del personal sanitario para la satisfacción de los pacientes en Atención Primaria*. Obtenido de Science Direct:  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656722000014>, pág 4.
- González, G. B. (2022). *Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera*. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890626>, pág 3.
- ISO, 9001. (2015). *ISO Gestion de calidad*. Obtenido de ESGinnova:  
<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2024/03/actualizacion-de-la-norma-iso-90012015/>, pág 3.
- Martinez, H. (2024). *Eficiencia en costos, estrategias y herramientas para la producción de cofres mortuorios CH*. Obtenido de Repositorio Institucional:  
<https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/4dd579b5-e648-4393-bf46-edac539093a2>, pág 4.
- Merino, L. (2020). *Instrumento de evaluacion de la calidad del servicio al cliente*. Obtenido de Revista científica multidisciplinaria:  
<https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/284>, pág 26.
- Mora, J., Huilcapi, M., & Escobar, D. (Marzo de 2017). *Aseguramiento de los procesos administrativos y financieros*. Obtenido de Revista científica Dominio de las ciencias: URL:<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>,
- Muñoz, E. M. (Junio de 2022). *Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme*. Obtenido de Revista de investigación academica Sin Frontera:

- <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/463>, pág 5.
- Ormanza, M., & Guerrero, M. (2021). *Gestión de calidad y crecimiento empresarial*. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890389>
- Osorio, J. (2020). *Influencia del clima organizacional en la motivación laboral de Prever, empresa prestadora de servicios funerarios en la ciudad de Manizales*. Obtenido de Universidad de Manizales:  
<https://ridum.umanizales.edu.co/handle/20.500.12746/6730>
- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Obtenido de Revista científica Dominio de las Ciencias:  
<https://dominodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1341>
- Rey, S., & Flores, G. (2022). *Industria 4.0 y gestión de calidad empresarial*. Obtenido de Revista venezolana de Gerencia: [file:///C:/Users/nalle/Downloads/Dialnet-Industria40YGestionDeCalidadEmpresarial-8890631%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/nalle/Downloads/Dialnet-Industria40YGestionDeCalidadEmpresarial-8890631%20(1).pdf)
- Saavedra, Y. A. (2019). *Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas*. Obtenido de Revista de investigación en administración :  
<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/668>
- UCSG. (2019). *Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/>, pág 16.
- Zavala, F. N., & Vélez, E. M. (2020). *La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>, pág 7.
- Zorrilla, I. L. (2020). *La importancia literaria del epitafio y el obituario para la memoria individual y colectiva*. Obtenido de UNED:  
<http://contenidosdigitales.uned.es/fez/view/intecca:VideoAVIP-419232>, pág 50.

## Anexos

### Anexo 1:

#### Certificado de anti plagio COMPILATIO



**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

# Maholy Dayana Bejarano Garcia

**5%**  
Textos sospechosos

- 🔍 **3% Similitudes**  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas
- 🗨️ **< 1% Idiomas no reconocidos**
- 🤖 **1% Textos potencialmente generados por la IA**

Nombre del documento: Maholy Dayana Bejarano Garcia.docx      Depositante: CALDERON ANGULO REYES JOHAN      Número de palabras: 7734  
 ID del documento: b0e4dedb6575be39db4917e2e4a8a18f012317b7      Fecha de depósito: 31/7/2024      Número de caracteres: 48.042  
 Tamaño del documento original: 64,12 kB      Tipo de carga: interface      fecha de fin de análisis: 31/7/2024

Ubicación de las similitudes en el documento:



#### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/">www.zenvia.com   Calidad del servicio; qué es y su importancia   Zenvia</a> <small>https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/</small>	1%		🔍 Palabras idénticas: 1% (101 palabras)
2	<a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5889719.pdf">dialnet.unirioja.es</a> <small>https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5889719.pdf</small>	< 1%		🔍 Palabras idénticas: < 1% (69 palabras)
3	<a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7539687.pdf">dialnet.unirioja.es</a> <small>https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7539687.pdf</small>	< 1%		🔍 Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
4	<a href="https://blog.orcagrc.com/control-de-calidad-de-una-empresa">blog.orcagrc.com   4 consideraciones sobre el control de calidad en una empresa</a> <small>https://blog.orcagrc.com/control-de-calidad-de-una-empresa</small>	< 1%		🔍 Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)

#### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="#">Huaraca Olivo Paula Camila.docx   Huaraca Olivo Paula Camila</a> #8f21: 🔍 El documento proviene de mi grupo	< 1%		🔍 Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
2	<a href="http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15841/E-UTB-FAFI-COM-000404.pdf?sequence=1">dspace.utb.edu.ec</a> <small>http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15841/E-UTB-FAFI-COM-000404.pdf?sequence=1</small>	< 1%		🔍 Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)



## Anexo 2:

*RUC de la Funeraria "Virgen del Cisne" ubicada en la ciudad de Babahoyo.*

<b>SRI</b>		<b>Certificado</b> Registro Único de Contribuyentes
<b>Apellidos y nombres</b> BARCO GARABI JAIRON MANUEL		<b>Número RUC</b> 0927493775001
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> GENERAL	<b>Artesano</b> No registra
<b>Fecha de registro</b> 20/11/2008	<b>Fecha de actualización</b> 18/11/2022	
<b>Inicio de actividades</b> 20/11/2008	<b>Reinicio de actividades</b> 08/03/2019	<b>Cese de actividades</b> No registra
<b>Jurisdicción</b> ZONA 5 / LOS RIOS / MOCACHE		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> NO
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES	<b>Agente de retención</b> NO	<b>Contribuyente especial</b> NO
<b>Domicilio tributario</b>		
<b>Ubicación geográfica</b>		
Provincia: LOS RIOS Cantón: MOCACHE Parroquia: MOCACHE		
<b>Dirección</b>		
Número: S/N Carretera: SAN PERICO Referencia: A TRES KILOMETROS ESCUELA VASCO NUÑEZ DE BALBOA		
<b>Medios de contacto</b>		
Email: agrobarcom@hotmail.com Celular: 0990630253		
<b>Actividades económicas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A01111201 - CULTIVO DE MAÍZ.</li> <li>• A01113101 - CULTIVO DE GRANOS Y SEMILLAS DE SOYA.</li> <li>• A01450101 - CRÍA Y REPRODUCCIÓN DE CERDOS.</li> <li>• C31000102 - FABRICACIÓN DE MUEBLES DE MADERA Y SUS PARTES: PARA OFICINAS, TALLERES, HOTELES, RESTAURANTES, IGLESIAS, ESCUELAS, MUEBLES ESPECIALES PARA LOCALES COMERCIALES, MUEBLES PARA MÁQUINAS DE COSER, TELEVISIONES, ETCÉTERA.</li> <li>• C32903401 - FABRICACIÓN DE ATAÚDES Y URNAS.</li> <li>• G46900001 - VENTA AL POR MAYOR DE DIVERSOS PRODUCTOS SIN ESPECIALIZACIÓN.</li> <li>• S96030102 - PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE INHUMACIÓN Y CREMACIÓN, PREPARACIÓN DE LOS DESPOJOS PARA SU INHUMACIÓN O CREMACIÓN Y SERVICIOS DE EMBALSAMIENTO Y OTROS SERVICIOS DE POMPAS FÚNEBRES.</li> </ul>		
<b>Establecimientos</b>		
<b>Abiertos</b> 3	<b>Cerrados</b> 0	
<b>Obligaciones tributarias</b>		
• 2011 DECLARACION DE IVA		

1/2

www.sri.gob.ec

**Apellidos y nombres**  
BARCO GARABI JAIRON MANUEL

**Número RUC**  
0927493775001

**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

### Números del RUC anteriores

No registra



Código de verificación: RCR172133146198068  
Fecha y hora de emisión: 18 de julio de 2024 14:37  
Dirección IP: 10.1.2.121

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

**Anexo 3:*****Autorización de la Funeraria "Virgen del Cisne".***

Babahoyo, 31 de Mayo del 2024

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos la Funeraria "Virgen del Cisne" de la ciudad de Babahoyo de la provincia de Los Ríos.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante **Bejarano Garcia Maholy Dayanna** de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **"Gestión de la calidad en los servicios de la Funeraria "Virgen del Cisne" en la ciudad de Babahoyo, periodo 2023"** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

**ING. JAIRON BARCO GARABI****GERENTE**

C.I. 0927493775

Correo: agrobarcom@hotmail.com

Celular: 0990630253

**RECIBIDO**  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
SECRETARIA FAFI  
03-06-24 10:17  
FECHA: HORA:

FUNERARIA VIRGEN DEL CISNE  
**Ing. Jairon Barco G.**  
GERENTE  
CEL: 0990630253  
BABAHOYO - LOS RÍOS

**Anexo 4:*****Formato de la matriz de comparación de los años 2022-2023.***

<b><i>Factores</i></b>	<b><i>Periodo 2022</i></b>	<b><i>Periodo 2023</i></b>	<b><i>Variable de la calidad (2023- 2022)/2022*100= %</i></b>	<b><i>Observación</i></b>
<b><i>Número de servicios prestados</i></b>				
<b><i>Satisfacción de los clientes</i></b>				
<b><i>Retención del cliente</i></b>				
<b><i>Alcance de la Publicidad en redes sociales</i></b>				
<b><i>Servicios entregados a tiempos</i></b>				
<b><i>Número de quejas y reclamos.</i></b>				

**Anexo 5:**

*Formato de encuestas dirigida a los clientes de la funeraria “Virgen del Cisne”  
ubicada en la ciudad de Babahoyo.*

**Objetivo:** Establecer la percepción del cliente a través de encuestas para comprender el nivel de satisfacción de los clientes.

**1. ¿Cómo calificaría usted la calidad en general del servicio funerario que recibió?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Deficiente

**2. ¿Al otorgar el servicio funerario usted requiere de un servicio personalizado?**

Muy importante

Importante

Moderadamente importante

De poca importancia

Sin importancia

**3. ¿Qué tan profesional y respetuoso fue el personal durante el servicio que otorgo?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Deficiente

**4. ¿Qué tan rápido y eficiente fue el servicio funerario ofrecido?**

Totalmente satisfecho

Muy satisfecho

Neutral

Poco satisfecho

Nada satisfecho

**5. ¿Cómo calificaría la puntualidad del servicio que otorgó de la funeraria?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Deficiente

**6. ¿Qué tan eficiente fue contactar con el servicio que usted otorgo de parte del agente de ventas?**

Muy fácil

Fácil

Regular

Difícil

Muy difícil

**7. ¿Cómo calificaría usted la accesibilidad y ubicación de la empresa ante la competencia?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Deficiente

**8. ¿Está de acuerdo con los costos recibidos por los servicios de parte de la funeraria?**

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Me es diferente

Totalmente en desacuerdo

**9. ¿Qué tan satisfecho está con la variedad de opciones de servicios que ofrece la funeraria?**

Totalmente satisfecho

Muy satisfecho

Neutral

Poco satisfecho

Nada satisfecho

**10. ¿Qué tan eficiente fue la información de los servicios funerarios en las redes sociales?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Deficiente