

## LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA TOMA DE DECISIONES: FUNDACIÓN FUNTEMAN, MANTA

### SERVICE QUALITY AND DECISION-MAKING: FUNDACIÓN FUNTEMAN, MANTA

Sara Geoconda Soledispa Reyes<sup>1</sup>, Carol Andrea Pin Guaranda<sup>2</sup>

#### RESUMEN

La investigación aborda la problemática de identificar y mejorar las brechas en la calidad del servicio ofrecido para optimizar la toma de decisiones estratégicas de la fundación. De este modo, el objetivo principal fue analizar cómo la calidad del servicio influye en la toma de decisiones dentro de la organización. La metodología incluyó un enfoque cuantitativo mediante encuestas a 47 adultos mayores, complementado con métodos de análisis-síntesis, inductivo y bibliográfico. Los resultados revelaron que solo el 28% de los encuestados percibe que la fundación ofrece los recursos necesarios para brindar un servicio de alta calidad, mientras que un 64% calificó el servicio como “regular”, y un 45% considera adecuada la comunicación con los beneficiarios. Las conclusiones indican la necesidad de mejorar la consistencia en la calidad del servicio, integrar mejor la retroalimentación del beneficiario en la toma de decisiones, y establecer protocolos claros para elevar la eficacia del personal en la toma de decisiones.

**Palabras clave:** Calidad del servicio, toma de decisiones, fundación, beneficiarios, impacto social.

#### ABSTRACT

The research addresses the issue of identifying and improving gaps in the quality of service provided to optimize the foundation's strategic decision-making. Thus, the main objective was to analyze how service quality influences decision-making within the organization. The methodology included a quantitative approach through surveys of 47 elderly individuals, complemented by analysis-synthesis, inductive, and bibliographic methods. The results revealed that only 28% of respondents perceive that the foundation provides the necessary resources to deliver high-quality service, while 64% rated the service as “average,” and 45% consider communication with beneficiaries to be adequate. The conclusions indicate the need to improve consistency in service quality, better integrate beneficiary feedback into decision-making, and establish clear protocols to enhance staff effectiveness in decision-making.

**Keywords:** Service quality, decision-making, foundation, beneficiaries, social impact.

1. Universidad Estatal del Sur de Manabí. [sara.soledispa@unesum.edu.ec](mailto:sara.soledispa@unesum.edu.ec). <http://orcid.org/0000-002-8658-0709>

2. Universidad Estatal del Sur de Manabí. [pin-carol8690@unesum.edu.ec](mailto:pin-carol8690@unesum.edu.ec). <https://orcid.org/0009-0004-4893-1549>



## RESUMO

A pesquisa aborda a problemática de identificar e melhorar as lacunas na qualidade do serviço oferecido para otimizar a tomada de decisões estratégicas da fundação. Desse modo, o objetivo principal foi analisar como a qualidade do serviço influencia a tomada de decisões dentro da organização. A metodologia incluiu uma abordagem quantitativa por meio de questionários aplicados a 47 idosos, complementada por métodos de análise-síntese, indutivo e bibliográfico. Os resultados revelaram que apenas 28% dos entrevistados percebem que a fundação oferece os recursos necessários para prestar um serviço de alta qualidade, enquanto 64% classificou o serviço como “regular”, e 45% consideram adequada a comunicação com os beneficiários. As conclusões indicam a necessidade de melhorar a consistência na qualidade do serviço, integrar melhor o feedback dos beneficiários na tomada de decisões e estabelecer protocolos claros para aumentar a eficácia do pessoal na tomada de decisões.

**Palavras-chave:** Qualidade do serviço, tomada de decisões, fundação, beneficiários, impacto social.

## INTRODUCCIÓN

A nivel global, la calidad del servicio al cliente es un factor importante para la competitividad de las organizaciones, independientemente del sector en el que operen. El servicio al cliente no solo impacta en la satisfacción y fidelidad del cliente, sino que también influye significativamente en la rentabilidad y el crecimiento sostenible de las empresas. Según Hernández et al. (2022), la calidad del servicio es una evaluación global basada en la percepción de la excelencia o superioridad de un servicio en comparación con las expectativas. Las organizaciones que comprenden la importancia de la calidad del servicio al cliente están mejor posicionadas para tomar decisiones estratégicas que impulsen su éxito.

En América Latina, la gestión de la calidad del servicio al cliente ha sido reconocida como un desafío crítico, especialmente en un contexto económico y social dinámico. Las organizaciones en la región se enfrentan a una competencia creciente, lo que les obliga a mejorar continuamente sus estándares de servicio para satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores.

Un estudio de Silva et al. (2021), revelan que la calidad del servicio al cliente es un determinante clave para la lealtad del cliente y el éxito

organizacional en América Latina, destacando la necesidad de estrategias efectivas para garantizar servicios de alta calidad.

En Ecuador, la calidad del servicio al cliente se ha convertido en una prioridad para muchas organizaciones, incluidas las fundaciones y organizaciones sin fines de lucro. Estas entidades, aunque no buscan el lucro, dependen del servicio de calidad para mantener el apoyo de sus beneficiarios y donantes. Según Rodríguez et al. (2023), la percepción de calidad en el servicio es un factor clave para la sostenibilidad de las organizaciones en Ecuador. Esta realidad impulsa a las organizaciones ecuatorianas a mejorar sus procesos de toma de decisiones basados en la retroalimentación del cliente y la calidad del servicio ofrecido.

La Fundación FUNTEMAN, ubicada en la ciudad de Manta, Ecuador, se enfrenta al desafío de optimizar la calidad del servicio al cliente para mejorar su toma de decisiones y, en consecuencia, su impacto en la comunidad. La problemática radica en la necesidad de identificar y solucionar las brechas en la calidad del servicio para asegurar que las decisiones estratégicas de la fundación se alineen con las necesidades y expectativas de sus beneficiarios. Es así que, el objetivo principal de este estudio es analizar cómo la calidad del servicio al cliente influye en la toma de decisiones dentro de la Fundación

FUNTEMAN, permitiendo a la organización mejorar sus servicios y fortalecer su posición en el cantón de Manta.

### **Importancia de la calidad del servicio en las organizaciones no lucrativas**

Las organizaciones sin fines de lucro desempeñan un papel vital en la sociedad al abordar diversas necesidades sociales, culturales, ambientales y humanitarias. A pesar de no estar orientadas al lucro, la calidad del servicio que ofrecen es un factor determinante para su éxito y sostenibilidad. En este contexto, la calidad del servicio no solo afecta la satisfacción de los beneficiarios y donantes, sino que también fortalece la lealtad y mejora la competitividad de la organización en un entorno cada vez más exigente y competitivo.

La satisfacción del cliente, entendida como la percepción positiva de los beneficiarios y donantes sobre los servicios recibidos, es crucial para las organizaciones sin fines de lucro (Sánchez, 2020).

En estas organizaciones, la calidad del servicio es fundamental para asegurar que las expectativas de los beneficiarios se cumplan o superen, lo que a su vez repercute en la sostenibilidad y el impacto de la organización. Según Chaparro et al. (2023), la satisfacción del cliente se ve directamente influenciada por la calidad percibida del servicio, lo que sugiere que las organizaciones deben centrarse en mantener altos estándares de calidad para asegurar la satisfacción de sus beneficiarios. En las organizaciones sin fines de lucro, la satisfacción de los clientes no solo se traduce en una mayor disposición a recibir los servicios, sino también en un apoyo continuo, tanto en términos de participación voluntaria como de donaciones (Yuqui & García, 2020).

La lealtad del cliente es otro aspecto crítico que se ve directamente afectado por la calidad del servicio. La lealtad, en el contexto de las organizaciones sin fines de lucro, se refiere al compromiso continuo de los beneficiarios, donantes y voluntarios con la misión de la organización. Una alta calidad en el servicio no solo satisface a los beneficiarios,

sino que también fomenta una relación duradera basada en la confianza y el reconocimiento del valor que la organización aporta a la comunidad. Barreda (2021), sostiene que la lealtad del cliente es un proceso dinámico que se construye sobre la base de experiencias positivas repetidas y una percepción constante de alta calidad en el servicio.

Por lo tanto, cuando una organización sin fines de lucro se enfoca en ofrecer servicios de alta calidad, es más probable que sus beneficiarios y donantes se conviertan en defensores leales de la organización, contribuyendo no solo con su apoyo financiero, sino también con su tiempo y recursos (Gonzales & Huanca, 2020).

En un entorno donde las organizaciones sin fines de lucro compiten por la atención y los recursos de los donantes, la calidad del servicio puede convertirse en una ventaja competitiva significativa. La competencia no solo se da entre organizaciones que operan en el mismo sector, sino también entre aquellas que buscan captar la atención de los donantes y voluntarios potenciales (Lozada, 2020).

La calidad del servicio, cuando es consistentemente alta, puede diferenciar a una organización de sus competidores, creando una percepción de valor que es difícil de replicar. Urbano (2021) destaca que, al igual que las organizaciones con fines de lucro, las organizaciones sin fines de lucro deben adoptar una mentalidad competitiva para atraer y retener a sus beneficiarios y donantes. Esto implica no solo mantener altos estándares de calidad en el servicio, sino también comunicarlos efectivamente para destacar la propuesta de valor de la organización.

### **Relación entre la calidad del servicio y la toma de decisiones**

La relación entre la calidad del servicio y la toma de decisiones es un tema de gran relevancia para las organizaciones que buscan mantenerse competitivas y adaptarse a un entorno en constante cambio. La calidad del servicio, que se refiere a la medida en que un servicio cumple

o supera las expectativas del cliente, tiene un impacto directo en la toma de decisiones estratégicas dentro de las organizaciones. A medida que las organizaciones reconocen la importancia de la calidad del servicio, se vuelve fundamental integrar esta dimensión en sus procesos de toma de decisiones, para asegurar que las estrategias adoptadas no solo respondan a las necesidades del mercado, sino que también fomenten la satisfacción y lealtad del cliente.

De este modo, la calidad del servicio tiene un impacto significativo en la toma de decisiones estratégicas al influir en la percepción que los clientes tienen de una organización y, por ende, en su posicionamiento en el mercado.

Decisiones estratégicas como la expansión a nuevos mercados, la introducción de nuevos productos o servicios, y la inversión en tecnología se ven influenciadas por la necesidad de mantener o mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Como señala Santa (2023), una alta calidad en el servicio puede ser un diferenciador clave en mercados saturados, y por lo tanto, debe ser un factor central en la toma de decisiones estratégicas.

Las organizaciones que priorizan la calidad del servicio en su toma de decisiones están mejor preparadas para enfrentar los desafíos competitivos y mantener una ventaja sostenible.

Además, la retroalimentación del cliente es una herramienta invaluable que puede orientar la toma de decisiones dentro de una organización. Al recopilar y analizar las opiniones de los clientes, las organizaciones pueden identificar áreas de mejora, entender mejor las expectativas de los clientes y adaptar sus estrategias en consecuencia.

Orellana y Oscco (2023), argumentan que la retroalimentación del cliente es un componente crítico de la gestión de la calidad del servicio, ya que proporciona datos empíricos que pueden ser utilizados para ajustar y mejorar los procesos de toma de decisiones.

La integración de la retroalimentación del cliente en la toma de decisiones permite a las organizaciones no solo reaccionar ante problemas existentes, sino también anticiparse a las necesidades futuras, lo que puede llevar a una mejora continua en la calidad del servicio.

## METODOLOGÍA

En la investigación se emplearon diversos métodos para analizar las variables involucradas en el estudio, se utilizó el método de análisis-síntesis, permitiendo desglosar y comprender las variables independientes y dependientes.

Además, se aplicó el método inductivo, conocido como “inducción perfecta”, que consistió en observar a los contribuyentes y generalizar los resultados obtenidos a partir de casos específicos hacia conclusiones más amplias.

Asimismo, se adoptó un enfoque cuantitativo, utilizando un modelo estadístico basado en datos numéricos y variables categóricas, lo que permitió relacionar las variables estudiadas.

Por último, se empleó el método bibliográfico para recopilar información actualizada sobre la gestión de calidad y la toma de decisiones, lo cual formó parte integral de la investigación cualitativa.

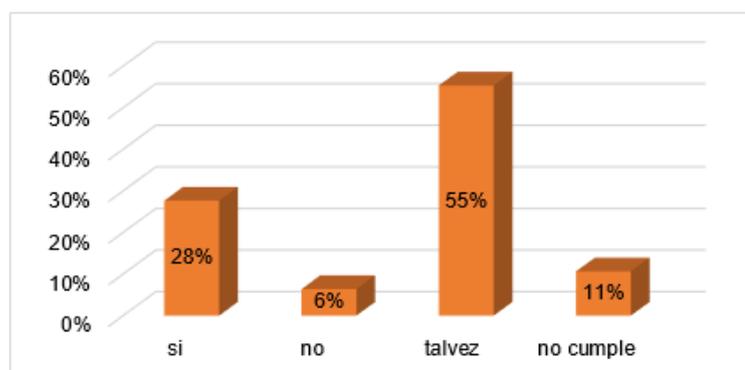
Para la recolección de información, se empleó la técnica de la encuesta, la cual permitió recolectar datos y opiniones, con el fin de evidenciar las perspectivas sobre los beneficiarios de la fundación FUNTEMAN.

Cabe mencionar que, la población del estudio fue de 47 adultos mayores, este grupo fue el foco principal para la recolección de la información necesaria para cumplir con los objetivos de la investigación.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Figura 1**

*Herramientas y recursos necesarios para brindar un servicio de alta calidad*

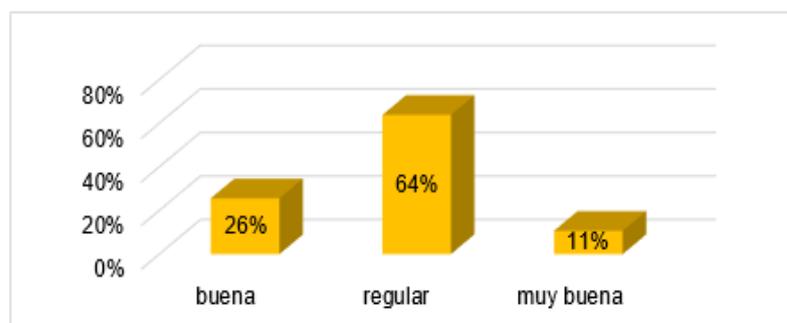


*Nota.* Resultados de las encuestas aplicadas a la Fundación FUNTEMAN de la ciudad de Manta.

Solo el 28% de los encuestados considera que la fundación ofrece las herramientas y recursos necesarios para brindar un servicio de alta calidad, mientras que un 55% responde con “tal vez”, lo que sugiere una percepción ambigua o insuficiente. Este resultado coincide con lo observado en el estudio de Chaparro et al. (2023), quienes encontraron que la falta de claridad en la disponibilidad de recursos influye negativamente en la percepción de calidad del servicio. Por otro lado, un 6% de los encuestados indicó que no se ofrecen los recursos adecuados, lo cual resuena con lo señalado por Lozada (2020), donde la insuficiencia de herramientas y recursos fue un factor crítico que impactó la satisfacción del beneficiario en servicios de transporte.

**Figura 2**

*Nivel del servicio que brinda la fundación*

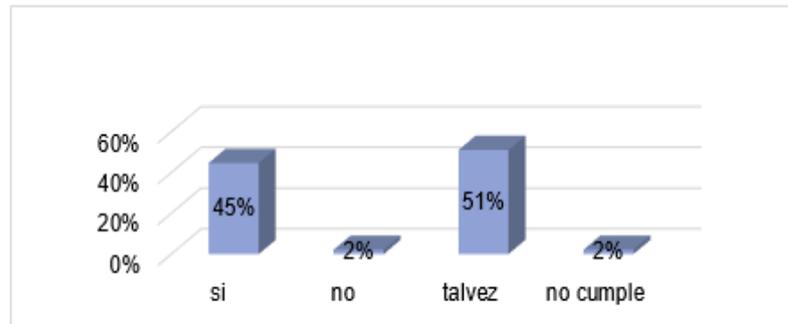


*Nota.* Resultados de las encuestas aplicadas a la Fundación FUNTEMAN de la ciudad de Manta.

Un 64%, califica el servicio brindado por la fundación como "regular", lo que indica una percepción predominantemente neutra o insatisfactoria respecto a la calidad del servicio. Solo un 26% considera el servicio "bueno" y un 11% lo califica como "muy bueno". Estos resultados son consistentes con el estudio de Barrera (2021), donde también se encontró que una valoración mayoritaria de "regular" en el servicio está frecuentemente asociada a deficiencias en la gestión de calidad y en la satisfacción del beneficiario. Asimismo, Rodríguez et al. (2023) señalan que calificaciones de servicio "regular" reflejan una falta de cumplimiento con las expectativas del beneficiario, lo que puede afectar negativamente la lealtad y satisfacción. Esto sugiere que la fundación debe enfocarse en identificar y mejorar los aspectos específicos que contribuyen a estas evaluaciones regulares para elevar la calidad percibida y real del servicio ofrecido.

**Figura 3**

*Adecuada comunicación con los beneficiarios*

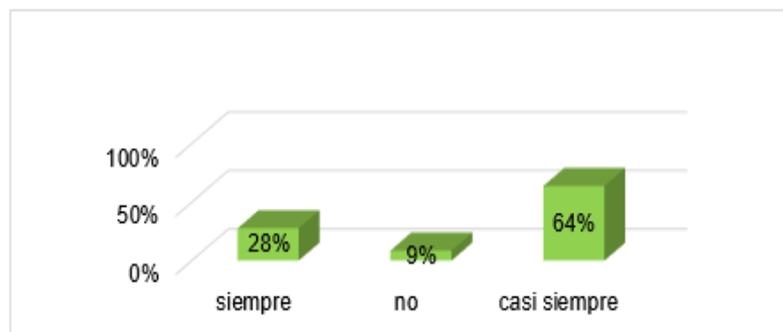


*Nota.* Resultados de las encuestas aplicadas a la Fundación FUNTEMAN de la ciudad de Manta.

Un 45% de los encuestados considera que el personal de la fundación brinda una comunicación adecuada con los beneficiarios, mientras que un 51% responde “tal vez”, lo que sugiere incertidumbre o inconsistencia en la calidad de la comunicación. Solo un 2% expresó que la comunicación no es adecuada, y otro 2% señaló que no se cumple con esta expectativa. Estos resultados coinciden con el estudio de Hernández et al. (2022), quienes encontraron que la percepción de una comunicación efectiva es clave para la satisfacción del usuario, pero la falta de claridad y consistencia en la misma puede generar ambigüedad en la percepción de los beneficiarios. Además, la incertidumbre reflejada en la alta tasa de “tal vez” puede estar vinculada a una falta de estándares claros en los procesos de comunicación, como lo señalan Chaparro et al. (2023) en su investigación sobre calidad del servicio. Esto sugiere que la fundación debería centrarse en mejorar la consistencia y claridad en la comunicación para fortalecer la confianza y satisfacción de sus beneficiarios.

**Figura 4**

*Toma de decisiones*



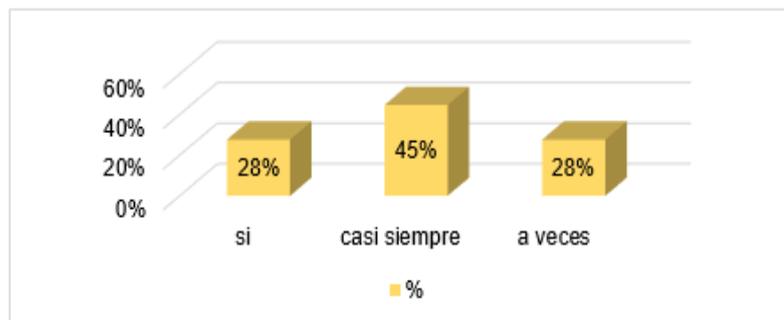
*Nota.* Resultados de las encuestas aplicadas a la Fundación FUNTEMAN de la ciudad de Manta.

Un 64% de los encuestados percibe que los trabajadores de la fundación “casi siempre” toman buenas decisiones para resolver inconvenientes, mientras que un 28% cree que “siempre” se toman buenas decisiones, y un 9% indica que “no”. Estos resultados reflejan una percepción predominantemente positiva sobre la capacidad de toma de decisiones del personal, aunque con margen de mejora para alcanzar una consistencia total. Este hallazgo se alinea con lo expuesto por Orellana y Oscco (2023), quienes señalan que una toma de decisiones efectiva es crucial para la calidad del servicio y la satisfacción del beneficiario, pero advierten que la falta de consistencia en la resolución de problemas

puede erosionar la confianza de los usuarios. Asimismo, Lozada (2020) subraya la importancia de establecer protocolos claros para la toma de decisiones en la gestión de servicios, lo que podría explicar la variabilidad en las respuestas. Estos datos sugieren que, aunque la fundación tiene un buen desempeño en la toma de decisiones, la implementación de protocolos más claros y la capacitación continua podrían mejorar la percepción y eficacia en la resolución de inconvenientes.

**Figura 5**

*Inconsistencia en la cortesía y paciencia del personal*



*Nota. Resultados de las encuestas aplicadas a la Fundación FUNTEMAN de la ciudad de Manta.*

El 45% de los encuestados percibe que los trabajadores de la fundación “casi siempre” son educados, pacientes y corteses con los beneficiarios, mientras que un 28% considera que “siempre” lo son, y otro 28% indica que “a veces” se comportan de esta manera. Es notable que no se registraron respuestas negativas. Estos resultados son consistentes con el estudio de Silva et al. (2021), donde se destaca que la educación y cortesía del personal son factores determinantes para la satisfacción del beneficiario, aunque su aplicación inconsistente puede llevar a experiencias mixtas para los usuarios. Además, Rodríguez et al. (2023) señalan que la falta de uniformidad en el trato al beneficiario puede afectar negativamente la percepción general del servicio, sugiriendo que la variabilidad en el comportamiento del personal observada en este estudio podría estar influenciada por la falta de capacitación continua o de estándares claros de atención al beneficiario.

## CONCLUSIONES

La investigación demostró que la calidad del servicio ofrecido por la Fundación FUNTEMAN tiene un impacto significativo en la percepción de los beneficiarios. Aunque la mayoría calificó el servicio como “regular,” la necesidad de mejorar en áreas específicas, como la disponibilidad de recursos y la consistencia en la comunicación, es evidente.

Estos factores influyen directamente en la satisfacción de los usuarios y, por ende, en la efectividad de la toma de decisiones estratégicas dentro de la fundación.

El estudio resaltó la importancia de integrar la retroalimentación de los beneficiarios en los procesos de toma de decisiones. La variabilidad en la percepción del servicio, especialmente en términos de cortesía y consistencia en la atención, sugiere que la fundación puede beneficiarse de establecer protocolos claros y ofrecer capacitación continua a su personal.

Esto no solo mejoraría la calidad del servicio, sino que también fortalecería la confianza y la lealtad de los beneficiarios hacia la organización.

A pesar de que la mayoría de los encuestados considera que las decisiones tomadas por el personal de la fundación son generalmente acertadas, existe un margen considerable para la mejora.

La implementación de protocolos más estructurados y la capacitación en la toma de decisiones podrían contribuir a una mayor consistencia en la resolución de problemas y, en última instancia, a un mejor desempeño organizacional.

Esto sugiere que una gestión más rigurosa y estandarizada puede elevar la calidad del servicio y, consecuentemente, el impacto positivo de la fundación en la comunidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreda, M. S. (2021). *Gestión de la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Computrock E.I.R.L. Chiclayo–2017*. Obtenido de [Tesis, Universidad Señor de Sipán]: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.128/6604/Barreda%20Malhaber%20Silvia%20Ang%C3%A9lica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chaparro, S. E., Ortega, C. F., & Ramírez, S. S. (2023). *Investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al cliente de SP Seguros en el Municipio de Bucaramanga, Año 2023*. Obtenido de [Tesis, Unidades Tecnológicas de Santander]: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/12725>
- Gonzales, C. L., & Huanca, V. E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*. Obtenido de [Tesis, Universidad Tecnológica de Perú]: [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, P. K., García, J. L., & Ordóñez, H. J. (2022). *Calidad del servicio, expectativas de los usuarios y fuentes de comunicación efectivas de satisfacción del usuario*. Obtenido de *Ciencia Digital*, 6 (4), 48-75: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v6i4.2289>
- Lozada, L. N. (2020). *Gestión Administrativa Y Su Incidencia En La Calidad Del Servicio A Los Usuarios De La Compañía De Transportes En Tricimotos 19 de mayo S.A Del Cantón La Maná, Provincia De Cotopaxi. Año 2020*. Obtenido de [Tesis, Universidad Técnica de Cotopaxi]: <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6894/1/UTC-PIM-000242.pdf>
- Orellana, J. A., & Oscco, V. E. (2023). *Toma de decisiones en la calidad de servicio del área logística de la empresa Impulso Informático S.A., Lima-2022*. Obtenido de [Tesis, Universidad San Ignacio de Loyola]: <https://hdl.handle.net/20.500.14005/13680>
- Rodríguez, D. Y., Arista, A. M., & Cruz, J. J. (2023). *Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes*. Obtenido de *Revista San Gregorio*, 1(55), 65–77: <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2326>
- Sánchez, J. C. (2020). *Gestión administrativa y la calidad del servicio al usuario en el Centro de Empleo Lambayeque*. Obtenido de [Tesis, Universidad César Vallejo]: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31953>
- Santa, C. C. (2023). *Relación entre la calidad de servicio y la toma de decisiones de los usuarios de la Línea 1 del tren eléctrico de Lima Metropolitana, 2022*. Obtenido de [Tesis, Universidad San Martín de Porres]: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/13398>
- Silva, J. G., Macías, B. A., Tello, E., & Delgado, J. G. (2021). *La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México*. Obtenido de *CienciaUAT*, 15(2), 85-101: <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Urbano, S. S. (2021). *La gestión administrativa y su incidencia en la calidad del servicio del Hospital Nacional Dos de Mayo - 2020*. Obtenido de [Tesis, Universidad César Vallejo]: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/113219>

Yuqui, R. J., & García, P. L. (2020). *Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano mediante el Modelo Servperf: caso Megaservitron, La Troncal - Ecuador*. Obtenido de [Tesis, Escuela Superior Politécnica del Litoral]: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53521/1/T-111585%20YUQUI%20-%20GARCIA.pdf>