



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

**ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA
EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO SUCRE
ESTADO SUCRE**

Integrantes:

Rosbel del C. Amaya E.

Gizeth A. Acosta R.

Brizeidy Y. Malave

Trabajo especial de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Licenciados en Administración.

Cumaná, marzo de 2017.



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

**ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA
EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO
SUCRE ESTADO SUCRE.**

Presentado por:

Rosbel del C. Amaya E. C.I: 19.979.350

Gizeth A. Acosta R. C.I: 21.095.227

Brizeidy Y. Malave C.I: 18.667.660

ACTA DE APROBACIÓN

**Trabajo Especial de Grado aprobado en nombre de la Universidad de
Oriente por el jurado calificador, en Cumaná a los 03 días del mes de marzo del
2017.**

Dra. Damaris Zerpa de Márquez

C.I: 5.706.787

Dra. Rosmary Veltri Rosal

C.I: 10.215.340

Cumaná, marzo de 2017.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
DEDICATORIA.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTOS.....	V
AGRADECIMIENTOS.....	VII
AGRADECIMIENTOS.....	IX
LISTA DE CUADROS	XI
LISTA DE FIGURAS	XII
LISTA DE GRÁFICOS.....	XIII
RESUMEN.....	XIX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1.- Planteamiento del Problema	4
1.2.- Objetivos de la Investigación	13
1.2.1.- Objetivo General.....	13
1.2.2.- Objetivos Específicos.....	13
1.3.- Justificación y alcance de la investigación.....	14
CAPÍTULO II.....	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1.- Antecedentes de la Investigación	16
2.2.-Bases Teóricas	20
2.2.1.- Análisis Estratégico	21
2.2.2.- La Calidad del Servicio.....	34
2.3.- Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.....	38
2.4.- Términos Básicos	53

2.5.- Sistematización de Variables.....	54
CAPÍTULO III	60
MARCO METODOLÓGICO	60
3.1.- Nivel de la Investigación	60
3.2.- Diseño de la Investigación.....	61
3.3.- Población y Muestra	62
3.4.- Técnicas, estrategias y procedimientos para la obtención, análisis e interpretación y presentación de la información.	63
CAPÍTULO IV	64
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO SUCRE ESTADO SUCRE.....	64
4.1.- Elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio.	64
4.2.- Elementos externos que afectan la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.	92
4.3.- Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.	105
4.4.- Impacto de los elementos internos y externos de la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.	119
4.5.- Acciones estratégicas necesarias para la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A Puerto Sucre, estado Sucre.	135
CONCLUSIONES.....	137
RECOMENDACIONES	138
BIBLIOGRAFÍA	140
ANEXOS	143
HOJAS DE METADATOS.....	160

DEDICATORIA

Dedico este logro en primer lugar a Dios por darme la sabiduría y salud para cumplir con cada una de mis metas. Por guiarme y nunca desampararme en cada etapa de mi vida y permitirme disfrutar cada día al lado de mi familia y amigos. Gracias a mi dios a la fe q le tengo es que he cumplido con lo que me he propuesto alcanzar.

A mis padres **Rosa Esparragoza** y **Oswaldo Amaya** por darme todo el amor y apoyarme en todo lo que me he propuesto lograr, todo lo que hago es por ustedes y para ustedes agradecida de ser su hija. Por todo el sacrificio q hacen por enseñarme que las cosas se tienen que ganar que nada se gana fácilmente todo lleva su tiempo, sacrificio y dedicación y que lo que se hace con esfuerzo pronto tiene su recompensa. Gracias a mis padres por ser ese ejemplo a seguir si me pusieran a elegir los elegiría mil veces los amo.

A mi hermano, **Oswaldo Amaya** por ser ése apoyo incondicional un ejemplo de que la vida te pone los obstáculos pero tu decides si los enfrentas o no eres un guerrero ejemplo de lucha te ha tocado duro pero nunca te as dado por vencido.

A mi tío **Alexis Amaya** por sus buenos consejos para ayudarme hacer mejor persona, a mi tía **Magdelyn Amaya** por ser única, apoyarme y de estar al pendiente de todo que a pesar de la distancia la siento aquí conmigo.

A mi tía **Luisa Rodríguez** por ser esa segunda madre por darme todo ese cariño y apoyarme eternamente agradecida y bendecida por tenerla no me alcanzarán las palabras para agradecer todo lo que hace por mi y para mi bien..

A mi prima **Luizandra Amaya** a la cual quiero, admiro y es una pieza importante en mi vida la considero mi hermana, amiga, confidente, compañera de travesuras demás esta decir lo especial que es para mi, quien mas que tu que me conoces bien que sabes tolerarme y escucharme como te digo muchas veces mi gemela eres una pieza clave en mi vida te adoro mi hermana.

A mis amigas **Indira Fernández** y **Yorgelina Gómez** por abrirme las puertas de su casa y de nunca darme la espalda y por la bonita amistad que nos une. Son de esas amigas que la vida te pone para que juntas las cosas sean mas fáciles nunca olvidare todo lo que hicieron por mi en mi transitar en la udo mis amigas bellas las quiero.

A mis compañeras de trabajo de grado **Gizeth Acosta** y **Brizeidy Malave** por ser tan tolerantes y por entenderme mejores compañeras de trabajo de grado no pude tener a

Gizeth gracias por ser como eres por brindarme tu bella amistad y abrirme las puertas de tu casa y de tu familia excelentes personas luchadoras y emprendedoras. A **Brizeidy** por esa fuerza y esas ganas de hacer las cosas y mostrarme que cuando uno quiere puede solo hay q creer.

Rosbel del C. Amaya E.

DEDICATORIA

En primer lugar y en especial a mi Dios, por permitirme poder realizar y lograr esta meta que tanto anhelaba, por darme la fuerza, la sabiduría y el entendimiento; y por enseñarme que todo lo que me propongo lo puedo lograr si lo hago confiando en él.

A mi madre **Damelis Acosta**, por ser mi modelo a seguir, ser ejemplo de una mujer luchadora y fuerte, por ser mi pilar, mi apoyo; gracias por enseñarme todo lo que se hasta ahora, por no dejar que nada ni nadie me afecte, eres el ser humano y la persona mas maravillosa de todo el mundo. Hoy en día soy la mujer que soy Gracias a Ti madre. Quiero te sientas orgullosa de mi logro porque va dedicado especialmente a TI, Te Amo Madre Mía.

A la memoria de mi padre **Ricardo Soto**, por ser ese padre maravilloso, amoroso, que me supo apoyar y cuidar en el tiempo que estuvo conmigo, Padre amado este logro es para TI y por TI; se que desde donde estas siempre estas conmigo y estas presente, me cuidas y me apoyas desde allá. Siempre te llevo en mi Corazón, Te Amo Padre Amado.

A mi abuela **Melchora de Acosta**, por tenerme siempre presente en sus pensamientos, en sus oraciones, por ser ese amuleto y enseñarme que la vida es bella si la vivimos como lo hace ella, a ti abuela que siempre estas pendiente de mi, para mi es un honor ser tu nieta y tenerte junto a mi viendo este logro tan importante, Te Amo Abuelita Bella.

Muy especialmente a mi amigo y compañero **Jhonatan J. León G**, por ser mi apoyo incondicional, por ser mas que mi novio, mi compañero de vida y de batallas, a ti mi amor que has estado en todo momento y no te has perdido ningún detalle, has sabido ganarte mi amor y cariño y eres parte fundamental e importante en mi vida, te has convertido en lo mejor que me ha pasado. Para ti mi amor este triunfo es tuyo y mío. Te Amo mi Gordo Adorado.

A toda mi familia y amigos que estuvieron ahí apoyándome, y dándome ese aliento y fuerza que tanto necesite, para todos ustedes va dedicado esto.

Gizeth A. Acosta R.

DEDICATORIA

En especial a Dios que es mi guía, mi confidente, mi luz, él quien me ha levantado cuando creía desvanecer y me daba la fortaleza de seguir de pies en todo momento para lograr una de mis grandes metas, el quien me enseña que el límite es el cielo y que ninguna discapacidad física es más grande que las ganas de seguir y de creer en sí mismo aunque todo se torne tan difícil.

A la memoria de mi Tía **Ana Carolina Figuera Malave** que aunque hoy en día no esté junto a mí me enseñó con mucho amor y comprensión que siempre debo creer en mí, que debo luchar por mis metas, mis sueños y que cuando queremos algo debemos aferrarnos a ello y pedir con fervor a Dios porque el siempre escucha nuestras plegarias y nos muestra el camino correcto para continuar el recorrido. A ti que te extraño tanto, a ti parte de mi vida y mi inspiración te dedico este logro, a ti por siempre haber creído en mí. Tu luz y amor siguen iluminando mi vida.

Brizeidy Y. Malave.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios todo poderoso por permitirme culminar esta meta con éxito y poner en mi camino excelentes personas de las cuales he aprendido y logrado ser mejor persona agradecida y afortunada de todo lo que he logrado y seguiré logrando.

A mis padres **Rosa Esparragoza** y **Oswaldo Amaya** por darme la vida, por guiarme y enseñarme aquellos valores y principios necesarios en mi formación como persona, por creer en mí pese a las circunstancias, por el esfuerzo y dedicación y apoyarme en todo, agradecida con Dios por los bellos padres que me dio los amo y orgullosa de ser su hija.

A mi hermano **Oswaldo Amaya** por ser mi ejemplo de vida y darme ánimos cuando más lo necesitaba.

A mi tío **Alexis Amaya** y mi tía **Magdelyn Amaya** por sus sabios consejos y por apoyarme y darme todo lo que he necesitado.

A mi prima **Luizandra Amaya** por ser mi amiga y hermana y de estar siempre a mi lado, por apoyarme y darme ánimos cuando ya no tenía gracias por todo.

A mis amigas **Indira Fernández** y **Yorgelina Gómez** por su amistad incondicional.

A mis compañeras de trabajo de grado **Gizeth Acosta** y **Brizeidy Malave** por su entrega, dedicación y ganas de hacer las cosas por la paciencia el camino no fue fácil pero ya ven lo logramos agradecida con ustedes y por la amistad que logramos construir.

A la señora **Nellys, Jhonatan, karlos** y **Rafael** por la ayuda prestada gracias a ustedes esto fue posible nunca olvidaré lo que hicieron gracias.

A mis tutoras profesoras **Damaris Zerpa** y **Rosmary Veltri** por guiarnos durante estos seis meses y de darnos las herramientas necesarias para cumplir con nuestro objetivo excelentes profesoras orgullosa estoy de haberlas elegido como tutoras me llevó un gran aprendizaje.

Al curso especial de grado es decir todos mis compañeros 19 personas cada uno con un toque particular pero que logramos ser un excelente equipo unidos y lleno de alegrías y con ganas de hacer las cosas bien no me puedo quejar de ninguno mejor grupo no pude tener gracias chicos y chicas por todas esas alegrías y por ayudarnos mutuamente en especial a Neuskarina por siempre dar respuesta a cada inquietud que teníamos gracias a todos.

Y por último y no menos importante a la **universidad de Oriente** porque en el transcurso de mi carrera me ha formado como profesional y como persona poniendo los mejores profesores a los cuales también agradezco su entrega y dedicación. De la udo me

llevo bellos recuerdos y un gran aprendizaje un ciclo que cierro para empezar uno nuevo gracias udo eternamente udista.

Rosbel del C. Amaya E.

AGRADECIMIENTOS

Primero ante todo debo agradecer a Dios, por ser mi guía y darme la fortaleza y sabiduría que necesite y por hacer posible alcanzar esta meta que tanto anhelaba.

A mi Madre **Damelis Acosta**, porque a ella le debo la Vida y quien soy ahorita, por estar ahí en todo momento apoyándome y no dejarme caer, por enseñarme que todo sacrificio y lucha es bien recompensada y que confiando en Dios y en ti mismo se puede lograr todo lo que se proponga, gracias porque se que estas orgullosa de mi y de quien soy gracias a ti y a tus enseñanzas, a tu cariño, a tu amor, a tu entrega, a tus palabras, a tu ejemplo, a tu amor y por estar siempre pendiente de mi. Madre mía Te Amo inmenso, no existen palabras que describan lo importante que eres para mi y el valor que tienes.

A la memoria de mi Padre **Ricardo Soto**, a él que aunque ya no esta en vida mientras lo estuvo supo enseñarme y guiarme como padre, por ese cariño y ese amor con el que crecí a medida que pasaron los años, a ti padre gracias por todo eso y más, se que donde estas siempre me cuidas y siempre te tengo presente en mi corazón, eres mi luz y quien me guía en mi camino, Te Amo se que allá donde estas, te encuentras orgulloso de mi por este logro que es tuyo y mío.

A ti abuelita bella **Melchora Ramírez**, por cuidarme y quererme como lo has hecho siempre, por ser ese ejemplo de abuela fuerte y luchadora, por tu amor, tu cariño, tus consejos, en fin por gracias doy por tenerte aquí conmigo, Te Amo mi viejita artista y bella.

A mi Primo **Karlos Cova**, por siempre estar ahí cuando te necesite, a ti primo gracias por tu cariño y ayuda, fuiste parte importante en este transitar, Te Quiero Mucho, mas que mi primo eres como mi hermanito menor.

A mi Compañero y Amigo **Jhonatan León**, por todo su amor y entrega hacia mi persona, mi vida Gracias mil Gracias por ser el hombre tan maravilloso que eres, gracias por siempre llenarme de felicidad, por creer en mi y en que lograría esto que tanto anhele, gracias por todo el inmenso apoyo que tuve de tu parte, por tus palabras de aliento, por tu fortaleza para conmigo, por tu entrega, amor y cariño, a ti mi cielo amado Gracias, Te Amo demasiado mi cielo bello.

A mi Suegra bella **Nellys Guzmán**, por ser de gran ayuda en el logro de esta meta, a usted por ser mas que mi suegra una segunda madre, por su enseñanza, y ayuda con sus conocimientos, por estar ahí siempre que la necesite y por ser tan especial como lo es hasta ahora, a usted mil gracias por todo, la Quiero y aprecio mucho.

A toda mi **Familia** por sentirse orgullosa de mi y de lo que soy y he logrado hasta ahora, a ustedes les debo mucho, gracias por su apoyo y su cariño, Los Amo; siempre en mi Corazón.

A mis Tutoras **Dra. Rosmary Veltri Rosal** y **Dra. Damaris Zerpa de Márquez**, por toda su entrega, por brindarnos y darnos todos sus conocimientos, por sus palabras de aliento, por su confianza y apoyo para conmigo, a ustedes gracias, sin ustedes no habría llegado a donde estoy y no hubiera logrado esta meta.

A mis compañeras **Rosbel Amaya** y **Brizeidy Malave** a ustedes gracias por ser mis compañeras, amigas, colegas, por enseñarme tantas virtudes y cosas buenas, de ustedes me queda lo mejor, por ese apoyo, por esa entrega y por esa perseverancia siempre en todo momento, a ustedes mil gracias, siempre estarán presentes en mi, las Quiero Mucho, espero en el transcurrir del tiempo poder seguir contando y conservando su amistad, mis compañeras de batalla, si se pudo, lo logramos mis niñas.

A mi Amiga y hermana **Isabel Díaz**, por siempre estar pendiente de mí, apoyándome y ayudándome en todo momento, a ti hermana por todo tú cariño y aprecio, por estar junto a mí desde el liceo y salir de la universidad como lo propusimos igual juntas; a ti hermana, Gracias. Te Amo siempre en mi Corazón.

A mi compañera **Neuskarina Zapata**, **Indira Fernández** y **Yorgelina Gomez**, por nunca decir que no, por siempre estar presente y en todo momento, a ustedes mil gracias, son unas personas excepcionales nunca cambien, Las Quiero mucho.

A todos mis compañeros de este **Curso Especial de Grado**, a ustedes gracias por todos esos momentos entre risas y lágrimas, son los mejores, jamás los olvidare siempre seremos uno solo, los Quiero.

A nuestro amigo y cómplice **Rafita** por tenernos esa paciencia y ayudarnos cuando lo necesitamos en todo, por siempre tener ese carisma y esa entrega en lo que haces, a ti mil gracias.

A todos esos **profesores** que fueron de ayuda en este transitar, que sirvieron de apoyo y de fuerza, a todos ustedes Gracias.

A mi Casa de estudio, la más alta y bella mi **Universidad de Oriente**, por abrirme tus puertas y recibirme de la mejor manera, por acogerme y mantenerme siempre segura, por hacerme la profesional que soy hoy en día, a ti Gracias por ser mi segunda Casa.

Gizeth A. Acosta R.

AGRADECIMIENTOS

A Dios eternamente por la vida, por cada día, por darme la dicha de vivir cada experiencia y hacer posible este gran logro, infinitamente Gracias.

A mi Abuela **Yxsora malave**, a ti no tengo palabras como agradecerte todo lo que has hecho por mí, tu apoyo, tus enseñanzas, tu dedicación y sin tu protección no estaría hoy aquí. Gracias por dedicarme parte de tu vida lo mejor fue crecer junto a ti.

A mi madre **Zenaida Malave**, que con esfuerzo y sacrificio ha hecho el papel de madre y padre para sacarme adelante a ti te agradezco enormemente que formes parte de este gran logro que también es tuyo, gracias por tus consejos y apoyo.

A mi Tía **Jaqueline Figuera Malave** por también formar parte de mi vida más que una tía mi hermana tú que siempre me motivas, me apoyas y aportas un granito de arena a mis metas y que incondicionalmente siempre has estado para mí que Dios te bendiga siempre.

A mis Hermanos **Kenny, Osmel** y **Ariannis** por ser el mayor regalo que Dios me pudo dar que aún en la distancia siempre los llevo presente y son parte de mi inspiración para seguir luchando a ustedes Gracias por formar parte mi vida.

A mi primo **Anthony Figuera**, muchas gracias por siempre ser mi amiguito, mi compañero y estar pendiente cada vez que conversamos de mis estudios universitarios, ahora sí puedo decirte meta culminada mi negro.

A mi segunda familia **Mago Salmerón** por hacerme sentir como en casa, en especial a usted **Sra Yenni Salmerón** y **Sr Víctor Mago** por abrir las puertas de su hogar para mí y darme la oportunidad de ser amiga de su hija **Yennifer Mago Salmerón**. Que Dios siempre llene de dicha y bendiciones sus vidas.

A ti **Yennifer Mago Salmerón** por ser mi amiga incondicional, no cambiaría ninguno de esos momentos que he compartido junto a ti, que el ser Supremo bendiga siempre cada pasó que des en tu vida mi gran amiga. Te quiero vida.

A **Manuel López**, por siempre estar pendiente de mí y ayudarme. Dios te bendiga siempre.

A **Gabriela Ortega** por haberme apoyado y orientado al inicio de mi carrera.

A la familia **Aponte Guevara**, en especial a ti **Rafael Aponte** por estar en momentos difíciles, por brindarme una mano amiga y abrir las puertas de tu hogar para mí. Por tu apoyo y amistad incondicional bendiciones infinitas para ti y toda tu familia.

Me siento profundamente agradecida con todas las personas que se han cruzado en mi vida y que me han conmovido e iluminado con su presencia.

También quisiera expresar mi reconocimiento y gratitud a **las Dras. Rosmary Veltri y Damaris Zerpa** por su extraordinario apoyo y contribución en la realización de este trabajo de grado.

A mis compañeras de trabajo de grado **Gizeth Acosta y Rosbel Amaya** por sus esfuerzos, constancia y dedicación en el logro de esta meta. A ustedes Muchas gracias y que Dios las bendiga siempre con muchos éxitos.

Brizidy Y. Malavé.

LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1 Análisis DOFA	33
Cuadro N° 2 Matriz de impactos	34
Cuadro N° 3 Sistematización de Variables.	59
Cuadro N° 4 Elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio.	106
Cuadro N° 5 Análisis externo de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre Estado Sucre.	115
Cuadro N° 6 Matriz de impacto de las Fortalezas y Debilidades presentes en la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.	119
Cuadro N° 7 Análisis de Impactos de los Elementos Externos que influyen en la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.	123
Cuadro N° 8 Hoja de Trabajo.	124
Cuadro N° 9 Análisis DOFA de la calidad del servicio en la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A. puerto sucre, estado sucre.	127

LISTA DE FIGURAS

Figura N° 1 Organigrama Funcional de la Empresa DIPESCA, C.A.....	41
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 ¿Qué tan importante son las funciones que cumple en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre?	66
Gráfico N° 2 ¿Cuenta la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre con un manual de sistemas y procedimientos?	66
Gráfico N° 3 ¿Conoce usted todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre?.....	67
Gráfico N° 4 ¿Con qué frecuencia aplica usted todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre?.....	67
Gráfico N° 5 ¿Se le ofrece a usted capacitación para laborar en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre?	68
Gráfico N° 6 ¿Cada cuánto tiempo la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre capacita al personal que labora en ella?.....	68
Gráfico N° 7 ¿Cree usted que en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A puerto sucre, estado sucre la información de los servicios ofrecidos, es puntual y sin demoras?.....	70
Gráfico N° 8 ¿Cree usted que los servicios que brinda actualmente la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, puerto sucre, estado sucre llegan a sus clientes de forma puntual?.....	70
Gráfico N° 9 ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A, puerto sucre, estado sucre posee un medio de comunicación interno eficiente?	70
Gráfico N° 10 ¿Considera usted que en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre los servicios que ofrece, se realizan sin extravíos, errores u omisiones?.....	71
Gráfico N° 11 ¿Cree usted que las pérdidas definitivas en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son causas de los costos de los servicios que ofrece?.....	72

Gráfico N° 12 ¿Cree Usted que los precios de los servicios que ofrece la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son accesibles para los clientes?	72
Gráfico N° 13 ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza reparaciones y mantenimiento de los equipos?	73
Gráfico N° 14 ¿Con que frecuencia en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se realiza mantenimiento y reparación de los equipos?	74
Gráfico N° 15 ¿Actualmente la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza jornadas de degustación de sus productos?	74
Gráfico N° 16 ¿Cree usted que el servicio que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se adapta a las necesidades de sus clientes?	75
Gráfico N° 17 ¿Considera usted que el servicio que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es satisfactorio?.....	75
Gráfico N° 18 ¿En la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se toma en cuenta la satisfacción y la comodidad del cliente?	76
Gráfico N° 19 ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre transmite información de provecho para la organización, a través de las redes sociales?	76
Gráfico N° 20 ¿Considera usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza diagnóstico interno para conocer las debilidades y fortalezas de la organización?	77
Gráfico N° 21 ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con un personal competente para el desempeño y éxito de la organización?	78

Gráfico N° 22 ¿Cuando ocurre algún imprevisto en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre con respecto a la entrega del servicio que ofrece actúan de forma diligente?	79
Gráfico N° 23 ¿Considera usted que la atención que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es eficiente?	80
Gráfico N° 24 ¿Considera usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre da respuesta a sus clientes con prontitud?	80
Gráfico N° 25 ¿La Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A cuenta con instalaciones adecuadas para desarrollar sus actividades?.....	81
Gráfico N° 26 ¿Las oficinas de Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se encuentran dotadas con equipos necesarios para poder desempeñar sus labores?.....	82
Gráfico N° 27 ¿En la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se utiliza la telefonía fija como medio de comunicación interna?.....	82
Gráfico N° 28 ¿El personal de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con una telefonía móvil como medio de comunicación interna?.....	83
Gráfico N° 29 ¿En la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada?	83
Gráfico N° 30 ¿El servicio que ofrece la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se presta con veracidad?.....	85
Gráfico N° 31 ¿Existen peligros o riesgos significativos dentro la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?...	86
Gráfico N° 32 ¿Los servicios que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son accesibles a sus clientes?	87

Gráfico N° 33 ¿Es fácil establecer contacto con la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre a la hora de solicitar un servicio?	87
Gráfico N° 34 ¿Cómo considera la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A el servicio que prestan sus proveedores?	89
Gráfico N° 35 ¿Cree usted que el acercamiento o interacción entre el personal de servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es óptimo?.....	90
Gráfico N° 36 ¿Los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	90
Gráfico N° 37 ¿Los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	91
Gráfico N° 38 ¿Cuál o cuáles de los elementos del ambiente externo influyen directamente en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	92
Gráfico N° 39 ¿Cuáles de estos aspectos económicos inciden en la calidad del servicio en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	93
Gráfico N° 40 ¿Cree usted que la inflación y el índice de desempleo afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	94
Gráfico N° 41 ¿En qué grado afecta la inflación y el índice de desempleo la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	94
Gráfico N° 42 ¿Cree usted que las políticas cambiarias afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	95
Gráfico N° 43 ¿En qué grado afectan las políticas cambiarias la calidad del servicio de Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	95

Gráfico N° 44 ¿En qué grado afectan las medidas económicas la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	96
Gráfico N° 45 ¿Cree usted que las tasas de interés afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	97
Gráfico N° 46 ¿En qué grado afectan las tasas de interés la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	97
Gráfico N° 47 ¿Cree usted que los impuestos afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	98
Gráfico N° 48 ¿En qué grado afectan los impuestos la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	98
Gráfico N° 49 ¿Considera usted que la situación económica actual del país afecta la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	98
Gráfico N° 50 ¿En qué grado afecta la situación económica actual del país la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	99
Gráfico N° 51 ¿Cuáles de los aspectos sociales mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?.....	100
Gráfico N° 52 ¿Cree usted que la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.....	100
Gráfico N° 53 ¿En qué grado es la incidencia de la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas sobre la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	100

Gráfico N° 54 ¿Afectan los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	101
Gráfico N° 55 ¿En qué grado afectan los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	101
Gráfico N° 56 ¿Considera usted que la situación política actual del país perjudica la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	102
Gráfico N° 57 ¿Cuál es el grado de incidencia de la situación política actual del país sobre la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	102
Gráfico N° 58 ¿Cuál es el grado de beneficio de los avances tecnológicos en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	103
Gráfico N° 59 ¿Utiliza el Departamento de Administración de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A software contables novedosos?	103
Gráfico N° 60 ¿Cuáles de los aspectos geográficos mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	104
Gráfico N° 61 ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es la más idónea?	104
Gráfico N° 62 ¿Existe dificultad en cuanto a acceso vial para la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?.....	105



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

**ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN
LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO
SUCRE ESTADO SUCRE**

AUTORES:

Rosbel del C. Amaya E. C.I: 19.979.350

Gizeth A. Acosta R. C.I: 21.095.227

Brizeidy Y. Malave C.I: 18.667.660

RESUMEN

La calidad del servicio es una parte fundamental de toda empresa ya que satisfacer el servicio debe ser parte primordial en la política del negocio y el enfoque central del plan estratégico en la atención al cliente como un proceso encaminado a la consecución en la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como el posicionamiento de la empresa en el mercado. Son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes, en cuanto a la calidad, eficiencia o servicio personal. Este trabajo de investigación se enfoca en definir el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre, para este proyecto se realizó una observación directa mediante un estudio de campo de tipo descriptivo, logrando obtener un diagnostico detallado de las debilidades y fortalezas de las necesidades y requerimientos de la empresa en donde los directivos deben mejorar las estrategias de la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que la vida de la organización depende de ello. Para mantener una organización en el mercado, es necesario entre otras cosas mejorar el ambiente de trabajo, ofrecer al personal formación laboral y capacitación profesional, realizar nuevas estrategias enfocadas en la calidad de bienes y servicios, y atención de sus clientes haciendo que estos sea un factor que prevalezca en las actividades diarias del negocio. Y permitir que los clientes tengan la oportunidad de hacer aportes. Una de las formas de mejorar la relación comercial con los clientes, es preguntándoles lo que piensan sobre los servicios y cómo se los podría mejorar para servir al cliente mejor. Dicha investigación se focalizó en un estudio de los clientes internos y externos del negocio.

Palabras Claves: Análisis estratégico, calidad del servicio, estrategias.

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio ha adquirido una gran relevancia en los últimos tiempos, ya que los clientes tienen mejores expectativas en relación al producto y al servicio que prestan, los requerimientos son más elevados y la competencia es mayor. La competitividad ya no solo se trata de saber fabricar, distribuir el producto o de vender el producto, sino de satisfacer las necesidades del cliente y a su alta gama de deseos que cada día se hacen más exigentes. Es así, que es utilizada en las organizaciones como una herramienta de gestión empresarial donde se busca satisfacer a los clientes de manera óptima, así mismo los factores internos y externos obligan a las empresas a adaptarse y a desarrollarse para no colapsar con los nuevos avances de hoy, entre estos tenemos los tecnológicos, las presiones económicas, mayores exigencias de los consumidores además de la fuerte competencia empresarial, la globalización entre otras.

Así mismo involucra la imagen de la empresa que proyecta al exterior y la mejora continua de su producto o servicio; la importancia que este término ha alcanzado a las empresas en estos últimos años, ha sido de tal magnitud que las organizaciones se han visto en la necesidad de implementar estrategias de calidad a fin de proporcionar un servicio óptimo para satisfacer las necesidades de sus clientes, convirtiéndola en una ventaja competitiva, y valiosa para conseguir clientes satisfechos. Pues, la competencia es cada vez más palpable, y la preocupación de las organizaciones de servicios en lograr la excelencia y la mejora continua para alcanzar el éxito, lo que representa siempre estar a la vanguardia.

En la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A; se ha observado que la calidad del servicio que brinda actualmente, tiene problemas tales como: demoras en información de los servicios ofrecidos, falta de una gestión administrativa eficiente, falta de capacitación a los trabajadores, fallas en la atención a los clientes, falta de una visión competitiva, entre otros; al no mejorar

estos aspectos no está logrando la satisfacción al cliente, considerándose uno de los principales aspectos para mejorar la calidad en el servicio, y reduciendo las amenazas constantes que podría afectar a la empresa.

En la investigación, orientada al Análisis Estratégico de la Calidad del Servicio en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre Estado Sucre, permite reforzar o mejorar aquellas áreas de atención al cliente que se encuentran con problemas, que requieren mayor atención para lograr la satisfacción del cliente, siendo importante contar con información adecuada relacionada con los aspectos internos y externos de la empresa.

Es importante destacar que el presente trabajo sirvió para obtener como hallazgos que las organizaciones deben tener muy en cuenta y claro que la calidad del servicio es fundamental en todas las empresas, además de que las mismas deben aprovechar al máximo su tecnología, de no poseer invertir en ella para así ofrecer servicios de calidad que se realicen de la mejor manera. Al igual de fortalecer cada día la creencia y honestidad de la empresa hacia sus clientes con respecto al servicio es parte esencial.

Es así que este trabajo, se estructura en cuatro capítulos:

Capítulo I: El Problema de Investigación, se describe el planteamiento del problema, sustentado con los objetivos de la investigación, (general y específicos), así como la justificación y alcance del mismo.

Capítulo II: El Marco teórico que contiene, los antecedentes de la investigación, aspectos relacionados con las estrategias, análisis estratégico, la calidad del servicio; así como las bases legales de la investigación, los términos básicos y la sistematización de variables.

Capítulo III: Las Bases metodológicas que contiene, el nivel de la

investigación, tipo de investigación, población y muestra, técnicas, estrategias y procedimientos para la obtención, análisis e interpretación y presentación de la información.

Capítulo IV: Análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Arias (2006), define un problema de investigación como una pregunta o interrogante sobre algo que no se sabe o que se desconoce, y cuya solución es la respuesta o el nuevo conocimiento obtenido mediante el proceso investigativo.

El problema de investigación está orientado a dar respuestas a diversas situaciones que generan algún tipo de consecuencias, lo importante es encontrar dichas respuestas, basadas en las necesidades del investigador, de indagar, solucionar o mejorar algún aspecto; a través de trabajos investigativos que aborden sobre el tema. En tal sentido, a los efectos de la investigación, este capítulo contempla el planteamiento del problema, objetivos de la investigación (general y específico), justificación y alcance de la investigación.

1.1.- Planteamiento del Problema

Para Arias (2006), el planteamiento del problema consiste en describir de manera amplia la situación objeto de estudio, ubicándola en un contexto que permita comprender su origen, relaciones e incógnitas por responder. Se puede decir que plantear un problema es describir el fenómeno que se pretende investigar, tomando como apoyo el contexto en el que se desarrolla, para así poder determinar las causas que llevaron a generar la situación objeto de estudio, así como los sujetos y relaciones que intervienen y que afectan de cierta forma, buscando la manera de concretar acciones que permitan la resolución del mismo. Por tanto, el problema que aquí se describe está relacionado con el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto sucre estado Sucre.

Las empresas a nivel mundial, han venido procurando avanzar en una serie de elementos y factores internos y externos que buscan elevar y garantizar el nivel de vida de sus habitantes en la solución de sus problemas y necesidades más inmediatos, enmarcando dentro de esquemas de investigación y/o modelos de desarrollo que coadyuven en una mayor y mejor calidad de vida de sus habitantes, que permitan la

globalización y a la integración de las organizaciones para la calidad de sus productos y servicios.

Camisón, Cruz y González (2007), sostienen que la calidad arranca en Estados Unidos a principios del siglo XX con aportaciones pioneras de Ingenieros como Shewhart, Deming, Juran y Feigenbaum que inspiran el desarrollo de este concepto orientado al producto, al proceso, a la prevención y al sistema. Por tanto Estados Unidos ha sido el líder del movimiento internacional por la calidad. Durante las tres primeras generaciones de la historia, empezando a debilitarse en la cuarta etapa. Tras la segunda guerra mundial, el epicentro mundial se traslada a Japón, curiosamente inspirado por los propios estadounidenses donde nace y se desarrolla el enfoque de la calidad orientada al costo y se completa y perfecciona el enfoque sistemático, aprovechando las lecciones de otras figuras insigues como Ishikawa o Taguchi.

La palabra calidad proviene del griego *kalo*, que significa lo bueno, lo apto, pero también tiene su origen en la palabra latina *qualitaten*, que simboliza cualidad o propiedad. La real academia española (2001), la define como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite juzgar su valor. Ishikawa (1986), la detalla como un elemento que permite desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor. Deming (1989), puntualiza que esta, permite traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará. Juran (1990), establece que la calidad tiene múltiples significados, entre estos esta: la calidad consiste en aquellas características del producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto y la calidad consiste en libertad después de las deficiencias.

En occidente surge entre las décadas 1970 y 1980 otras orientaciones de la calidad; como el despliegue del enfoque orientado al servicio, intensificando la importancia de la satisfacción del cliente. El panorama se completa con el enfoque de la calidad de los servicios, que insta una orientación global hacia la creación de valor. Pues, cada vez más, se pone de manifiesto la preocupación que sienten las empresas por la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los

consumidores, y de esta manera ser competitivas, a través de sus productos de calidad a precios razonables.

El sentido que actualmente se le ha dado a la calidad, es el enfoque hacia el cliente, ofrecer productos y servicios capaces de satisfacer sus expectativas, teniendo su impacto en los estilos de vida de los consumidores y de la población en general, al momento de ofrecer productos y servicios de excelente calidad se está elevando el estilo y nivel de vida de los consumidores, lo que a su vez genera una mayor lealtad por parte de los clientes hacia los productos de la compañía, permitiendo a la misma ser más competitiva y por ende permanecer en el mercado que cada vez es más exigente.

Una sola acción no asegura que una empresa mejore todas las facetas del servicio. Hoy día se escucha con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente. Mucha gente lo llama excelencia en el servicio, servicio fabuloso o simplemente buen servicio; de tal manera puede entenderse, que la calidad del servicio es satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entregan. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances. La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija de cierta intervención para rebasar sus expectativas.

Cuatrecassas (2005), establece que la calidad del servicio representa actualmente en la mayoría de los países desarrollados, un elevado porcentajes de empleos globales, que puede alcanzar fácilmente el 70 y 75% de los mismos, en detrimento de los empleos industriales (en el caso de los menos desarrollados, el mayor o menor peso de los sectores primarios, hace que el porcentaje de empleo dedicado al servicio, no sea tan importante). Así, entre las actividades de las empresas plenamente dedicadas a los servicios que prestan las empresas industriales, el servicio al cliente está presente en una muy importante proporción de actividades empresariales; por cuanto los servicios son el centro de atención que están directamente relacionados con el cliente y con ello se

puede comprender que la calidad adquiere mayor importancia en cuanto a la satisfacción del cliente.

Entre la producción de servicios y la de productos debe existir características diferenciales y podemos resumirlas fundamentalmente en tres aspectos que hacen referencia al tipo de producto y su producción cómo es consumido y evaluados: Intangibilidad de los servicios, heterogeneidad de los servicios e inseparabilidad de la elaboración y el consumo. Los servicios tienen sus propios criterios de evaluación y en ello, como en ningún otro caso, cuentan los requisitos o expectativas que utiliza el cliente para juzgar el servicio. Entre ellos se encuentran: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de repuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación, comprensión del cliente.

Dentro de las deficiencias que presenta la calidad de los servicios y sus causas; están asociadas a los incumplimientos con los clientes que representan el elemento distorsionador en la prestación de servicios, la deficiencia general radica en la diferencia entre lo que el cliente espera y lo que recibe y se puede distribuir en cuatro clases de deficiencias internas; corresponden a las percepciones que tienen los directivos sobre la calidad de los servicios y las tareas asociadas por la prestación de los mismos: discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos, discrepancia entre las percepciones de los directivos y los requisitos definidos, discrepancia entre los requisitos definidos y la prestación de servicio y por ultimo discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Cuando las organizaciones desean alcanzar una calidad del servicio óptima se deben establecer estrategias de forma bien clara y definidas, de manera que la gerencia va a jugar un papel primordial, siendo ella la promotora e interesada en aplicarlas y por consiguiente debe tomar en cuenta a todos y cada uno de los miembros y departamento de la empresa, para de esta manera alcanzar con éxito los objetivos establecidos. Para ello se necesita introducir a las personas en un proceso de mejora continua, motivándolas, para redescubrir el enorme potencial del ser humano y su aplicación en el trabajo bien hecho.

Ello, amerita una revolución cultural hacia un cambio de actitud que experimenta

todo el personal y todos los niveles de la organización, que intente involucrar a todos los empleados en una dinámica de mejora continua, necesitando el compromiso y la participación de todos ellos, para conseguir satisfacer las expectativas y necesidades propias y del usuario o consumidor, por medio de una estrategia de trabajo en equipo y de innovaciones continuas, buscando la revalorización y significado del trabajo. Siendo prescindible establecer una visión sistemática y global de hacia dónde se quiere dirigir la organización, orientándola a la consecución de unos resultados y alineando de forma coherente su calidad de servicio y los medios para conseguirla.

Las estrategias para Koontz y Weihrich (1998), son la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento. Stoner y Freeman (1996), sostienen que la estrategia puede definirse desde dos perspectivas: en la primera, explica que la estrategia es el programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización y poner en práctica su misión. Esta definición representa un papel activo y racional de los administradores al formular la estrategia de la empresa. La segunda explica que la estrategia es una guía de respuestas de la organización a su ambiente a través del tiempo; esta perspectiva muestra el lado pasivo de los administradores al momento de formular la estrategia de la empresa, porque se ajustan a su entorno solo cuando surge la necesidad.

Para que una organización establezca una estrategia, debe realizar previamente un análisis estratégico, el cual es definido por Serna (2011), como el análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la misma. Dess y Lumpkin (2003), sostienen que el análisis estratégico consiste en el trabajo previo que debe ser realizado con el fin de formular e implantar eficazmente las estrategias. Lo que proporciona y deja claro que este, siempre debe ir antes de tomar cualquier decisión estratégica y antes de cualquier acción que emprenda la empresa y debe incluir el análisis del entorno (externo e interno), y del potencial de la misma. Para realizar un análisis estratégico primero se debe realizar un diagnóstico interno y uno externo para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización. Por ello, es necesario conocer ambos diagnósticos. Serna (1999), establece que el objetivo principal del análisis interno o diagnóstico interno de una organización, es el pleno aprovechamiento de las fortalezas y el oportuno reconocimiento de las debilidades, de tal forma que el análisis interno, tiene la

capacidad de contribuir con el mejor establecimiento de estrategias, así como el cumplimiento de los objetivos. Robbins y Coulter (2005), refieren el análisis externo al estudio del ambiente o entorno de las organizaciones, y dividen este ambiente en dos, un ambiente general, el cual comprende todos los factores fuera de la organización y no tiene relación directa con la misma, entre ellos se encuentran, los factores económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos e incluyen un nuevo elemento que es la globalización y un ambiente específico, que incluye los factores que intervienen directamente en la organización y tienen relación con el alcance de sus metas. Entre los factores que comprenden este ambiente se tienen a los competidores, consumidores o clientes, proveedores y el gobierno.

Para llevar a cabo un análisis estratégico que oriente la formulación de acciones estratégicas exitosas, se debe apoyar en herramientas que faciliten el manejo e interpretación de la información en forma eficiente. Una de las herramientas que ayudan para que esto de logre en forma positiva, es el análisis FODA. Este análisis, es un acrónimo de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que ayuda a determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio (Serna, 2011).

Durante todo el desarrollo de la humanidad hasta nuestros días las organizaciones han evolucionado vertiginosamente logrando con ello grandes avances científicos, tecnológicos, económicos y sociales, permitiendo la proliferación de múltiples avances administrativos para ser desarrollados en un entorno cambiante y lleno de retos de gran importancia para los objetivos de las empresas en un mundo tan dinámico como es la globalización industrial. Todas se ven afectadas por factores internos y externos que influyen directamente en su funcionamiento. Actualmente se necesitan empresas eficientes y eficaces para hacer frente a un mercado competitivo y globalizado, siendo importante preguntar, ¿Cómo? ¿Para qué? y ¿Por qué? va dirigida la organización para alcanzar el éxito de su calidad de servicio y cuál es su visión y misión.

Lo anterior no escapa de las organizaciones pesqueras, las cuales son organismos o acuerdos intergubernamentales de pesca con autoridad para establecer medidas de conservación y pesquerías en alta mar, estas juegan un papel fundamental en el sistema mundial de pesca, son una herramienta principal para conseguir la cooperación entre naciones pesqueras, elemento esencial para la conservación efectiva de pesquería

internacional.

La pesca es la actividad económica más arraiga y rentable; desembarca aproximadamente el 50% de la producción nacional, siendo la de Sardina la más importante con 50.000 toneladas anual, suministra además el 95% de la materia prima para las industrias procesadoras de productos pesqueros. Resulta una actividad comercial importante para el bienestar y la prosperidad mundial. En los últimos 50 años el suministro mundial de productos pesqueros destinados al consumo humano ha superado el crecimiento de la población mundial. Además, el sector pesquero proporcionan medios de vida e ingresos tanto directas como indirectamente, a una parte considerable de la población mundial. La actividad pesquera comprende las actividades de extracción y transformación de recursos hidrobiológicos como peces, moluscos y otras especies, tanto como para el consumo humano directo (enlatados, fresco o congelado).

El consumo de pescado ha sufrido grandes cambios en las últimas décadas y la mayor parte de crecimiento mundial ha tenido lugar en China y esto varía ampliamente entre las diferentes regiones del mundo proveyendo un complemento valioso para una dieta variada y nutritiva, sin embargo la población de muchos países continúa enfrentándose a la escasez de alimentos y las carencias nutricionales, por ello es que el pescado contribuye a la seguridad alimentaria de muchas regiones del mundo. En lo que respecta al consumo, un 72% del total de las capturas es utilizado para el consumo humano, la casi totalidad del resto, un 26% es utilizada para la fabricación de harina y aceite de pescado, un 31% del pescado para la alimentación humana directa es consumido fresco y un 35% congelado. A su vez un 16% es procesado como pescado curado (secado, salado, ahumado) y un 18% como conserva de pescado. Es decir un 31% es consumido entre las dos primeras semanas después de la captura y un 69% es conservado de alguna forma para su consumo posterior. Los países en vía de desarrollo participan activamente de este comercio y para alguno de ellos, como es el caso de Mozambique y cabo verde los recursos pesqueros constituyen la mayor fuente de ingresos reales (www.fao.org).

Venezuela es el país pesquero más importante del área del Caribe Atlántico con una producción anual de aproximadamente 400.000 toneladas, consolidado en este nivel desde finales de 1990. En su gran extensión territorial el país posee, tanto en sus ambientes marinos como fluviales recursos pesqueros que se caracterizan por su alta

diversidad y potencialidad, sobre los cuales se han desarrollado explotaciones comerciales de creciente importancia. En el estado Sucre, este es uno de los principales recursos económicos, encontrándose la riqueza pesquera del litoral, donde se establecieron aldeas de pescadores. La pesca industrial experimentó un notable crecimiento con la creación de compañías dotadas de grandes barcos que faenan en alta mar, la producción se destina al consumo y a las industrias de enlatado y conservas de Cumaná (www.inopesca.gob.ve).

La empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA,CA; fue fundada en Cumaná el 28 de Junio de 1974, desempeñaba la compra y venta de pescado la cual su comercialización fue creciendo y fue cada vez mayor con el pasar del tiempo, y así es como la misma fue ganando clientela. En la actualidad esta empresa perteneciente al sector privado está ubicada en la Calle “El Salado”, Sector Puerto Sucre de la ciudad de Cumaná Estado Sucre y cuenta con cuatro (04) barcos reconvertidos para trabajar en varios tipos de pesca, además de una planta procesadora de pescado con la más alta tecnología del mercado, manteniendo el objetivo desde sus inicios: la compra y venta al mayor y detal de especies marinas en el mercado nacional e internacional.

En esta empresa existe una deficiencia en su calidad de servicio, en la actualidad utiliza un sistema llamado *HazardAnalysisCritical Control Points*; Análisis de Peligros Críticos-Puntos de Control (HACCP), el cual solo permite identificar peligros específicos y diseñar medidas preventivas para su control, su fin principal es garantizar la inocuidad (producto que no hace daño) de los alimentos para el ser humano; no es un sistema de control de calidad por lo que la empresa en este sentido no cumple con las normas de calidad de servicio establecidas por el mercado, este sistema solo cubre la calidad sanitaria porque cumple con requisitos microbiológicos, fisicoquímicos y sensoriales que debe reunir un alimento o bebida para ser considerado inocuo para el consumo humano; dejando a un lado la percepción que el cliente tiene del producto, como características asociadas a la apariencia, sabor, tamaño, peso y precio para satisfacer sus necesidades.

La perspectiva del análisis estratégico de la calidad del servicio para la empresa DIPESCA, C.A, centra su acción en los factores internos y externos. Dentro de los primeros se destacan los siguientes: el factor humano lo cual debe tener una actitud

empresarial para dirigir la organización; mentalidad de victoria en el sentido de que sin un constante esfuerzo por superar problemas no se obtendrán resultados satisfactorios; creación de una cultura orientada a la acción productiva (no reactiva a lo que ocurre en el entorno relevante) y visión de futuro. De igual manera, en lo externo se deben señalar como fundamentales el análisis del entorno global local, nacional e internacional y los factores ambientales, económicos, políticos, culturales y tecnológicos, un análisis estructural del entorno competitivo, definición de la misión, visión, objetivos, metas e indicadores, análisis de estrategia vinculada con la estructura y el desempeño, un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa. De esta forma, el análisis estratégico nos permitirá obtener la información necesaria para determinar acciones acertadas, que orienten; por ejemplo la percepción del cliente acerca del producto, como características asociadas a la apariencia, sabor, tamaño, peso y precio para satisfacer sus necesidades, además de otros elementos relevantes para impulsar un óptima calidad del servicio en dicha empresa.

En las empresas, hay que tener claro que no basta con un buen análisis estratégico para conseguir los objetivos que la empresa se ha marcado, sino que es necesario que el conjunto de recursos de la empresa sean eficientes, para ello será necesario que desde los directivos medios exista la estimulación y motivación hacia sus subordinados. Un trabajador motivado, se verá realizado en la empresa y por ende, será mucho más eficiente y productivo, cumpliendo sus objetivos y ayudando a la empresa a cumplir los objetivos generales. Hay que estar atentos a todos los factores externos que afectan una empresa, analizar el mercado, el crecimiento proyectado, tendencias, barreras, amenazas, áreas de oportunidades, y factores clave del éxito, etc.

Todo lo anterior da cuenta de la necesidad de realizar un análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, que le permita conocer sus fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, relacionadas con la calidad del servicio. De allí que, se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo se define el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

De allí, surgen otras interrogantes:

¿Cuáles son los elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio?

¿Cuáles elementos externos afectan a la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre?

¿Cuáles son las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas relacionadas con la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre?

¿Cuál es el impacto de los elementos internos y externos de la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre?

¿Cuáles son las acciones estratégicas resultantes de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

1.2.- Objetivos de la Investigación

1.2.1.- Objetivo General

Definir el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, Estado Sucre.

1.2.2.- Objetivos Específicos

- Identificar los elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio.
- Identificar los elementos externos que afectan a la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.
- Determinar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas relacionadas con la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

- Determinar el impacto de los elementos internos y externos de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.
- Enunciar las acciones estratégicas resultantes del análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

1.3.- Justificación y alcance de la investigación

En la actualidad, la calidad de servicio al cliente es una parte fundamental para el buen desempeño de la empresa, siendo esta una de las tantas estrategias de mercado para así destacar y sobresalir en un mercado tan globalizado como el que estamos viviendo, siendo importante para ello la comunicación interna y externa para poder competir y expandir su mercado a nivel mundial permitiendo satisfacer la necesidad del cliente en cuanto a sus requerimientos y deseos del consumidor activo.

Cuando se brinda una calidad de servicio al cliente se pueden ofrecer beneficios esenciales para ser más competitivo, entre ellas se puede mencionar la calidad a la marca, el diseño del producto, la calidad del producto entre otras, lo cual se logra a largo plazo generando utilidad y beneficios esenciales para la empresa.

La calidad del servicio es importante para cualquier empresa sin tomar en cuenta su tamaño y la ubicación de la misma, lo más significativo es cumplir con las expectativas y deseos del cliente. El análisis estratégico consiste en el trabajo previo que debe ser realizado con el fin de formular e implantar eficazmente las estrategias. Este análisis debe ir antes de tomar cualquier decisión y antes de cualquier acción que emprenda la empresa y debe incluir el análisis del entorno y el potencial de la misma. El potencial que consiste en análisis de sus recursos por los que entendemos viene a ser su activo productivo para realizar la gestión estratégica de la empresa. Si ésta los selecciona adecuadamente y posee las habilidades y capacidades necesarias para aprovecharlos, pasarán a formar parte de su potencial estratégico, es decir, de la base para la creación de la ventaja competitiva de la organización.

El proceso de análisis estratégico en la empresa DIPESCA, C.A es un proceso

complejo y exige un profundo examen de las condiciones en las cuales la empresa desarrolla sus actividades. Por lo tanto, requiere el conocimiento exacto de las condiciones internas y externas, decisivas a la hora de determinar las posibilidades de desarrollo de la empresa y en la toma de alguna decisión importante. Con tal de identificar dichas condiciones, se requiere llevar a cabo un diagnóstico estratégico llamado análisis estratégico los cuales permiten determinar la calidad del servicio que ofrece tomando en cuenta sus: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para cualquier toma de decisión dentro de la empresa.

Los resultados de este estudio logra ser de utilidad para la Universidad de Oriente (UDO) y otras que requieran tener un servicio de calidad, ya que puede servir de reflexión para aquellas empresas que deseen aplicar programas enfocados a la calidad de servicio. Permitiendo tomar en consideración el impacto que causa la calidad de servicio en la satisfacción de las necesidades del personal que allí laboran como profesores, directivos, empleados, obreros, administrativos y alumnos entre otros y así conocer la importancia de emplear estrategias que conlleven aplicar un servicio de calidad. Por esta razón, es necesario comprender cómo funciona dicho entorno y detectar cuáles son los factores internos-externos que lo componen y cómo se relacionan con su medio ambiente. Por consiguiente, toda empresa debe analizar el sector y su estructura con tal de evaluar su atractivo en cuanto a las oportunidades existentes y potencialidades y así prever el desarrollo del servicio deseado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico es una de las fases más importantes del trabajo, desarrolla la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema realizado, desarrollando así las teorías que complementan y que se desean desarrollar. Para Arias (2006), el marco teórico o marco referencial, es el producto de la revisión documental-bibliográfica, y consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación por realizar.

El desarrollo de este capítulo se encuentran descritos los antecedentes de la investigación, las bases teóricas que sustentan el proyecto, las bases legales que rigen a las organizaciones, el glosario de términos que define conceptos claves del tema en estudio y la sistematización de variables, puntualizando el proceso de llevar una variable desde un nivel abstracto a un plano más concreto.

2.1.- Antecedentes de la Investigación

Arias (2006), define los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.

Lo importante al presentar los antecedentes de la investigación describir los elementos más importantes de la tesis o trabajo de grado consultado, preferiblemente del mismo nivel de estudios o superior, sin dejar de lado que estos elementos deben ser uniformes, es decir, deben traerse a colación elementos que puedan ser particulares a todas las investigaciones consultadas y que ayuden a ubicar al lector en el tema, contexto estudiado. Cabe destacar que no sólo las tesis o trabajos de grado constituyen antecedentes, también los trabajos científicos, proyectos y artículos debidamente arbitrados pueden constituirse en eficaces antecedentes que ayudan a entender de diversas formas el problema o situación planteada.

Una vez efectuada la revisión pertinente a los efectos de determinar los trabajos

de investigación previos al proyecto a desarrollar se encontraron los siguientes antecedentes que nos servirán para dar respuesta a los problemas que se encuentran en la empresa:

- Reyes, Rivera y Viñoles (2007), su objeto de estudio consistió, en “La calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del cliente de La Asociación Cooperativa de Servicios Múltiples Bermúdez, R.L. Carúpano Estado Sucre”. Las cooperativas se basan en una serie de principios y valores que sirven de guía para su funcionamiento, para la toma de decisiones y para garantizar el cumplimiento del objetivo por el cual fue creada. Las asociaciones cooperativas constituyen una alternativa viable para el desarrollo económico y social de las comunidades, particularmente las del sector servicios están comprometidas a satisfacer las necesidades de sus miembros, ofreciendo servicios de calidad a precios solidarios, con el fin de combatir la pobreza y cooperar con el desarrollo sustentable de la colectividad.

En este sentido, el propósito de la siguiente investigación se orientó a un análisis de la calidad de los servicios y su impacto en la satisfacción del cliente en la Asociación Cooperativa de Servicios Múltiples Bermúdez, R.L., considerando que la asociación presta servicios tales como; ahorro y préstamo, funerarios, laboratorio, medicina general y odontología. Para elaborar la investigación la metodología adoptada fue de tipo descriptivo, ubicado en la modalidad de investigación de campo. Para obtener la información se aplicó un cuestionario con el cual se indagaron aspectos tales como: la calidad de los servicios, atención prestada al cliente, motivación, formación cooperativista de los miembros de la asociación, rapidez y actualización de los procedimientos relacionados con la prestación de los servicios, entre otros. Finalmente, se presentan y analizan los resultados, derivándose las conclusiones y recomendaciones hechas para mejorar los servicios prestados a los clientes de la cooperativa.

- Obando, Gómez y Williams (2007), su objeto de estudio trato en el “Diagnóstico de la calidad de los servicios del Hotel Euro Caribe Internacional, Carúpano Estado Sucre Año 2007”. La calidad representa un concepto que universalmente se ha convertido en un arma estratégica para poder sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico, esto como consecuencia de

que los consumidores se han vuelto más exigentes en la compra de sus productos y servicios. En tal sentido, el presente trabajo consistió en realizar un diagnóstico de la calidad de los servicios que presta el Hotel Euro Caribe Internacional, dada la importancia que representa este para el desarrollo de la estructura de la industria hotelera en el país y, principalmente en la región de Carúpano-Estado Sucre.

Para lograr este fin se estudiaron y analizaron aspectos relacionados con la calidad, realizando actividades de campo, con un nivel descriptivo y diversas revisiones bibliográficas. Así mismo se aplicaron entrevistas y cuestionarios que permitieron obtener la información necesaria para realizar el diagnóstico y poder ofrecer conclusiones y recomendaciones. Que permitan mejorar el nivel de calidad de los servicios ofrecidos por el Hotel Euro Caribe Internacional. Entre los hallazgos más relevantes encuentra que el total de los clientes encuestados expresaron que estarían dispuestos a repetir su estadía en el Hotel.

- Alcalá, Hidalgo y Marcano (2007), su objeto de estudio se basó en “La calidad del servicio de atención al cliente como estrategia para mejorar la imagen corporativa de la empresa Compañía Anónima de Administración y Fomento Eléctrico (CADAFE), caso: Oficina Comercial Araya Región I Sucre-Anzoátegui, año 2007”. La empresa CADAFE es la compañía más grande del ramo eléctrico Nacional; cuenta en su estructura organizacional con las oficinas comerciales distribuidas en todo el país, canalizando por medio de ellas la recaudación de Ingreso por pago de facturas y reconexiones, atendiendo los requerimientos de los clientes quejas y reclamos, cumpliendo con las metas promedio asignadas por la compañía, facturando el consumo de energía eléctrica de manera justa a sus diferentes clientes y resolviendo problemas derivados del servicio eléctrico.

Esta última parte es primordial ya que de ella depende en gran medida, minimizar los reclamos y quejas que se dan por facturas anormales, lecturas erróneas y falta de prontitud para resolver problemas. En esta oportunidad trataremos sobre la calidad del servicio de atención al cliente como estrategia para mejorar la imagen corporativa de la empresa CADAFE, Caso: Oficina Comercial Araya Región I Sucre-

Anzoátegui, Año 2007. Para determinarlos, se realizaron entrevistas a la jefa de oficina y al resto del personal, y se logró la participación de los clientes aportando su opinión. En tal sentido se determinó: Que debe mejorarse las instalaciones físicas, dotarse de unidades-vehículos, material de oficina y herramientas necesarias para realizar el servicio técnico, los procedimientos para canalizar y resolver las solicitudes, quejas y reclamos son lentos, el personal debe capacitarse y recibir cursos de: Atención al Cliente, Relaciones Humanas y Lenguaje Corporal, mejorar la calidad en el trato hacia las clientes-suscriptores que acuden a buscar información. Estas deficiencias no permiten un buen servicio de atención al cliente.

- Baldán y Quintero (2013), su objeto de estudio consistió en un “Análisis estratégico en el departamento de recursos humanos de la empresa Naviera Rassi, C.A. Cumaná estado Sucre”. El análisis estratégico consiste en determinar una serie de factores tanto internos como externos a la organización, el cual permite saber cómo pueden influir éstos en el cumplimiento de la misión y lograr la visión de la organización y en relación a ello, establecer las acciones estratégicas requeridas para enfrentar dichos eventos sin que impacten de manera negativa.

Razón que llevó a realizar el análisis estratégico en el departamento de recursos humanos de la empresa Naviera Rassi C.A. (Naviarca), Cumaná, estado Sucre, evaluando un conjunto de elementos internos (misión, visión, objetivos, estrategias, funciones, organización, proceso de reclutamiento, selección de personal, contratación, capacitación y desarrollo, políticas salariales, compensación) y externos (factores sociales, económicos, políticos, geográficos, socio-cultural, demográficos, tecnológicos), encontrándose que el departamento cuenta con un excelente personal, motivado, apto y calificado para llevar a cabo todas las actividades que le son asignadas en la misma, donde a su vez se dispone del espacio físico y la tecnología necesaria para el cumplimiento de sus funciones, notándose además que las políticas salariales, programa de capacitación y desarrollo, motivación de la visión para su alcance, Normas Leyes y Decretos que regulan la actividad marítima y la Reforma de la LOT, pueden llegar a ser determinantes en el logro de sus objetivos.

- Alfonzo y Lombardo (2012), su objeto de estudio consistió en un “Diseño de un plan de prevención de riesgos laborales en el área de producción de la empresa

DIPESCA, ubicada en el sector Puerto Sucre de la ciudad de Cumaná, estado Sucre”. En la empresa Distribuidora de Pescado (DIPESCA C.A), ubicada en el sector el salado, de la ciudad de Cumaná, estado Sucre, específicamente en el área de producción el incremento de los índices de accidentabilidad es notable en los últimos dos años a consecuencia de la exposición diaria a factores de riesgo físico, químicos, disergonómicos, biológicos y psicosociales.

Por ello se promovió el diseño de un plan de prevención de riesgos laborales a fin de minimizar el incremento incidentes, accidentes y enfermedades ocupacionales, mejorar las condiciones de trabajo y mejorar la productividad de DIPESCA. Para lo cual se tomó una muestra de treinta y cinco (35) trabajadores y trabajadoras del área de producción, a los cuales se les aplicó un instrumento de recolección de datos. Para ello se utilizó una investigación de campo, con el nivel de profundidad descriptivo. Se arriba a la conclusión que es imperante la aprobación y el desarrollo adecuado de la propuesta, para darle solución al problema del incremento de los índices de accidentabilidad dentro de la empresa.

2.2.-Bases Teóricas

Arias (2006), explica que las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado.

En la elaboración de las bases teóricas se recomienda considerar algunos aspectos como la relación que debe existir entre la teoría y el objeto de estudio, posición de distintos autores sobre el tema de investigación y uno de los aspectos más importantes y es realizar un análisis o comentario explicativo después de cada cita textual de algún autor.

Incluyendo así en esta investigación todos los aspectos relacionados a las estrategias, su importancia para el desarrollo y evolución de las organizaciones, los niveles estratégicos, su clasificación, aplicando los elementos en el análisis estratégico, explicando cada uno de ellos y los elementos de la calidad del servicio, para luego aplicarlos en la empresa DIPESCA, C.A.

2.2.1.- Análisis Estratégico

Al respecto se trata contenido alusivo a las estrategias y luego el análisis estratégico

2.2.1.1.-Definición de Estrategia

Las estrategias no son más que acciones potenciales que requieren de la toma de decisiones por parte de la alta directiva, éstas también son los medios que se emplean para llegar a alcanzar los objetivos de la compañía, los cuales pueden ser, la diversificación, la expansión, el desarrollo entre otras.

El término estrategia es de origen griego. Estrategia, estrategos o el arte del general en la guerra, procedente de la fusión de dos palabras: *stratos* (ejército) y *agein* (conducir, guiar). Las estrategias provienen del ámbito militar, el antiguo concepto de estrategia en ese campo era: la aplicación de fuerzas en gran escala contra algún enemigo. En 1944 este concepto es introducido al campo empresarial por Newman y Morgerstern (Ronda, 2009), con la teoría de los juegos, en ambos casos la idea básica es la competencia. La estrategia en el ámbito empresarial se puede definir como: la movilización de todos los recursos de la empresa en conjunto, para tratar de alcanzar objetivos a largo plazo.

Las estrategias hacen uso de la táctica que es un esquema específico que determina el empleo de los recursos dentro de ella. En el plano militar, la movilización de las tropas es una táctica dentro de una estrategia más amplia; en el plano gerencial, el presupuesto anual o el plan anual de inversiones, son planes tácticos dentro de una estrategia global a largo plazo. Una guerra requiere la aplicación de una o más estrategias; cada estrategia requiere varias decisiones o medidas tácticas. La planificación quinquenal en una empresa exige la adopción de una estrategia, a la cual se unen los planes tácticos de cada uno de los años de ese período (Evoli, 2009).

Por muchos años los militares utilizaron la estrategia con la significación de un gran plan hecho a la luz de lo que se creía que un adversario haría o dejaría de hacer.

Aunque esta clase de plan tiene usualmente un alcance competitivo, se ha empleado cada vez más como término que refleja amplios conceptos globales del funcionamiento de una empresa. Las estrategias denotan, a menudo, un programa general de acción y un conato de empeños y recursos para obtener objetivos amplios.

A este respecto, las estrategias se definen según Koontz y Weihrich (1998), como la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.

Para Julián Villalba (1996), las estrategias son: un patrón de conducta observable, adoptado por las organizaciones en respuestas a imperativos de su entorno. Stoner y Freeman (1996), la estrategia puede definirse desde dos perspectivas: en la primera perspectiva, explican que la estrategia es el programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización y poner en práctica su misión. Esta definición representa un papel activo y racional de los administradores al formular la estrategia de la empresa. La segunda perspectiva explica que la estrategia es una guía de respuestas de la organización a su ambiente a través del tiempo; esta perspectiva muestra el lado pasivo de los administradores al momento de formular la estrategia de la empresa, porque se ajustan a su entorno solo cuando surge la necesidad.

En lo antes descrito, se puede apreciar que las estrategias, son un conjunto de acciones, guías o programas que contribuyen a las labores de planificación de los gerentes, ya que a través de éstas, pueden tomar decisiones óptimas que no los hagan desviarse de los objetivos o misión de la organización.

El concepto de estrategia ha sido objeto de múltiples interpretaciones, de modo que no existe una única definición. No obstante, es posible identificar cinco concepciones alternativas que si bien compiten, tienen la importancia de complementarse (Mintzberg y Quinn, 1995):

- Estrategia como plan: es un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

- Estrategia como táctica: es una maniobra específica destinada a dejar de lado al oponente o competidor.
- Estrategia como pauta: la estrategia es cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Definir la estrategia como un plan no es suficiente, se necesita un concepto en el que se acompañe el comportamiento resultante. Específicamente, la estrategia debe ser coherente con el comportamiento.
- Estrategia como posición: la estrategia es cualquier posición viable o forma de situar a la empresa en el entorno, sea directamente competitiva o no.
- Estrategia como perspectiva: consiste, no en elegir una posición, sino en arraigar compromisos en las formas de actuar o responder; es un concepto abstracto que representa para la organización lo que la personalidad para el individuo.

David (2008), define a las estrategias como acciones potenciales que requieren decisiones por parte de la gerencia y de recursos de la organización. Serna (2011), define las estrategias como acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad resultados esperados al definir los proyectos estratégicos.

2.2.1.2.- Importancia de la Estrategia

Las estrategias son importantes porque están ligadas a la planificación la cual apoya y complementa mediante el direccionamiento estratégico en virtud de que con el conjunto de acciones y recursos asignados permite la ejecución y el logro de los objetivos planteados, con participación de todos los niveles de la organización.

No solo parece que sea necesario sino que es imprescindible contar con una guía que ayude a saber dónde se podrá estar en el futuro. Crear una estrategia no es llenar un documento de buenas intenciones bien argumentadas, que en otras épocas de bonanza se podía realizar de forma gratuita, ahora no valen, hay que pasar a la acción. La estrategia es una herramienta de gestión que puede marcar la diferencia entre sucumbir empleando de forma equivocada los recursos o conseguir salir a flote y sacar el máximo provecho de la situación actual.

2.2.1.3.- Clasificación de las Estrategias.

Las estrategias son un plan, una guía de acción a seguir, una referencia, es decir las estrategias vienen a mostrar la dirección y el empleo general de recursos de la organización.

David (2008), establece que las estrategias pueden ser:

- Estrategias ofensivas:
Estas estrategias tratan de obtener una ventaja competitiva mediante actuaciones agresivas contra rivales competidores, antes de que éstos puedan establecer una estrategia defensiva. Las mismas tienen como propósito la consolidación de la organización en el mercado, y dentro de ellas se encuentran:
 - Las estrategias de concentración: cuando la empresa centra todo su esfuerzo en un único producto, buscando trabajar con altos niveles de productividad, eficiencia y eficacia.
 - Las estrategias de diversificación concéntrica: se dan cuando la entidad decide realizar productos o prestar servicios que están relacionados con su actividad principal.
 - Las estrategias de integración vertical: se dan cuando la organización decide agregar una nueva etapa a la cadena de producción o servicio.
 - Las estrategias de diversificación de conglomerado: cuando la empresa decide diversificar su línea de productos pero, que no tienen relación con su primera actividad.
 - Las fusiones: la combinación de dos o más entidades en una sola adquisición, es la compra que una compañía realiza de otra, pero deja que la adquirida realice operaciones de forma independiente.
 - Las operaciones conjuntas: cuando dos o más empresas se unen para realizar un proyecto que ninguna podía hacer por separado; innovación, es la búsqueda permanente de nuevos mercados y productos.
 - Las alianzas estratégicas: cuando las empresas unen sus fuerzas para lograr efectos sinérgicos pero cada una de ellas mantiene su identidad.

- Estrategias defensivas:
El objetivo de una estrategia defensiva es la de reducir el riesgo de un ataque y disminuir el impacto negativo que puedan afectarla. Solo se han definido cuatro, las cuales son:
 - Reducción o ennichamiento, consiste en disminuir el número de operaciones de la empresa y así mejorar su productividad.
 - Desinversión, cuando la empresa cierra o vende parte de su operación para concentrarse en las tareas básicas derivadas de su misión.
 - Liquidación, se realiza cuando los niveles de ineficiencia son muy altos, entonces la compañía decide vender o disponer de sus bienes previo a trámites legales.
 - Estrategias de recuperación la cual se define cuando la empresa realiza acciones que dirijan a suspender su declive y establecer un ambiente de supervivencia y de utilidades.

- Estrategias genéricas:
Estas estrategias están dirigidas a todas las unidades estratégicas de negocio, es decir, señalan la dirección por áreas globales. En estas estrategias se pueden mencionar elementos como productividad laboral, modernización tecnológica, orientación al mercado, entre otras.

- Estrategias concéntricas:
Son aquellas estrategias que afectan a toda la organización, debido a los cambios del mundo actual, los cuales tienen incidencia en el entorno empresarial. En estos casos, los gerentes se ven obligados a diseñar estrategias que soporten el plan trazado para las diferentes áreas funcionales, pero para ello, deben tomar en cuenta principios tales como: calidad, el servicio y la capacidad del personal; los cuales deben ser incluidos en la formulación de estrategias para cada caso en particular.

- Estrategias competitivas:
Consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales

objetivos. Está relacionada con el modo en cada negocio y buscando en este caso la consecución de sinergias positivas dentro de cada negocio, a través de la integración de las áreas funcionales.

2.2.1.4.- Niveles de la Estrategia

En las organizaciones las estrategias son realizadas por la alta gerencia, pero el resto de los niveles deben realizar planes de acción que conlleven a alcanzar las estrategias formuladas por ésta. Estos planes de acción también deben ser estratégicos, por ello se dice que, las estrategias son elaboradas en todos los niveles de la empresa.

Robbins y Coulter (2005), establecen los siguientes niveles de estrategia:

- Estrategia a nivel corporativo: se da cuando una entidad lleva acabo más de dos líneas de negocios. Y se dice que esta estrategia busca determinar cuáles son los negocios en los que una corporación debe participar; así mismo, determina los papeles que desempeñará cada unidad de negocios de la organización.
- Estrategia a nivel de negocio: busca determinar cómo debe competir una corporación en cada uno de sus negocios. Para organizaciones pequeñas con una sola línea de negocio, u organizaciones grandes que no se han diversificado en diferentes productos o mercados, la estrategia a nivel de negocios es generalmente la misma que la estrategia corporativa de la organización. Para organizaciones con negocios múltiples, cada división tendrá su propia estrategia que defina a los productos o servicios que proporcionará, los clientes a los que quiera llegar.
- Estrategia de nivel funcional: busca determinar cómo apoyar la estrategia a nivel de negocio. Para las organizaciones que cuentan con departamentos funcionales tradicionales como manufactura, mercadotecnia, recursos humanos, investigación y desarrollo, y finanzas, estas estrategias deben apoyar la estrategia a nivel de negocios.

2.2.1.5.- Definición de Análisis Estratégico

Serna (2011), define el análisis estratégico como el análisis de fortalezas y

debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la institución. Johnson y Scholes (2001), define el análisis estratégico como aquel que consiste en comprender la posición estratégica de la organización en función de su entorno externo, sus recursos y competencias internas, y las expectativas e influencias de los *Stakeholders*. Dess y Lumpkin (2003), Establece que el análisis estratégico consiste en el trabajo previo que debe ser realizado con el fin de formular e implantar eficazmente las estrategias. Esto significa que el análisis estratégico siempre debe ir antes de tomar cualquier decisión estratégica y antes de cualquier acción que emprenda la empresa y debe incluir el análisis del entorno (macro y micro entorno) y del potencial de la misma.

El análisis estratégico tiene como objetivo la definición de la posición estratégica externa e interna de la organización, es decir, el predominio de amenazas u oportunidades en el aspecto externo o las fortalezas o debilidades en el plano interno. En tal sentido, el análisis estratégico, es la evaluación de los factores financieros y no financieros de la organización de la empresa, los cuales se encuentran dentro y fuera de la misma. El análisis estratégico no trata de proporcionar respuestas, sino que trata de ayudar a comprender los problemas. Esta comprensión implica la identificación y clasificación de los elementos principales que afectan a la organización.

2.2.1.6.- Proceso para el Análisis Estratégico

Para realizar un análisis estratégico primero se debe realizar un diagnóstico interno y uno externo para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización. Por ello, es necesario conocer ambos diagnósticos, los cuales comprenden un conjunto de elementos y se describen a continuación:

- Diagnóstico interno de la organización.

El diagnóstico interno es el estudio de los recursos y capacidades de la empresa. Actualmente se considera que la ventaja de la empresa sobre sus competidores descansa, fundamentalmente, en sus propios recursos y capacidades. El análisis interno trata de conocer cuáles son las fortalezas y debilidades de la empresa; es decir, qué sabe hacer bien la empresa.

Serna (2011), es el proceso para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización. Este diagnóstico está integrado por el análisis de:

- Capacidad directiva, aquí se encuentran todas aquellas fortalezas y debilidades provenientes del proceso administrativo (planificación, organización, dirección y control).
- Capacidad competitiva, de aquí se extraen las fortalezas y debilidades del área comercial de la empresa.
- Capacidad financiera, ésta incluye las fortalezas y debilidades de la parte financiera de la empresa, tales como: rentabilidad, solvencia, liquidez, entre otras.
- Capacidad técnica o tecnológica, las fortalezas y debilidades son extraídas del área de producción de una empresa industrial. En las empresas deservicio se recopilan de la infraestructura y de los procesos de servicios.
- Capacidad de talento humano, de aquí se sacan las fortalezas y debilidades provenientes de las personas que integran la organización.

Robbins y Coulter (2005), el análisis interno provee información importante y específica acerca de los activos, habilidades y capacidad del personal y también, acerca de la información financiera de la empresa, en tal sentido, se puede decir que, el análisis interno es el proceso mediante el cual se evalúan los elementos internos de la organización con la finalidad de determinar las fortalezas y debilidades de la misma, siendo los elementos de evaluación, la capacidad directiva, capacidad competitiva, capacidad financiera, capacidad técnica o tecnológica y capacidad de talento humano, los cuales al ser evaluados proveen la información necesaria para determinar las fortalezas y las debilidades.

Serna (2011), establece que el objetivo principal del análisis interno o diagnóstico interno de una organización, es el pleno aprovechamiento de las fortalezas y el oportuno reconocimiento de las debilidades, de tal forma que el análisis interno, tiene la capacidad de contribuir con el mejor establecimiento de estrategias, así como el cumplimiento de los objetivos.

El análisis interno de la empresa ha perseguido determinar cuáles son sus

fortalezas y debilidades, con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva. No obstante, en numerosas ocasiones es sumamente complejo llegar a identificar si se está ante una fortaleza de la empresa, o ante una debilidad. Por ello, se debe considerar que el verdadero propósito de este análisis debe ser comprender las características esenciales de la empresa, estas son, aquéllas que le permiten alcanzar sus objetivos.

En ese sentido, para Serna (2011), las fortalezas son, actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución.

Robbins y Coulter (2005), las fortalezas son aquellas, actividades que la firma realiza bien o recursos que controla, y establece que las fortalezas son aquellas condiciones que a nivel interno de una organización pueden potenciar metas y objetivos. Por lo que se puede decir, que las fortalezas son las actividades y atributos existentes a nivel interno de la organización y que se utilizan de manera eficaz y eficiente, ayudando así al cumplimiento óptimo de los objetivos y metas de la empresa.

Las debilidades son las condiciones a nivel interno de la organización que entorpecen el desarrollo normal de las actividades que se ejecutan, incidiendo en un avance o no avance de los proyectos o programas. Por su parte, Robbins y Coulter (2005), definen las debilidades como, actividades que la firma no realiza bien o recursos que necesita, pero que no posee; y Serna (2011), establece que las debilidades son: actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa.

En líneas generales, las debilidades son las actividades y atributos existentes a nivel interno de la organización y que dificultan o entorpecen el cumplimiento óptimo de los objetivos.

Cabe señalar, que la determinación de las fortalezas y debilidades se obtiene del estudio interno de las organizaciones descrito anteriormente, y las mismas sirven de base a la hora de realizar el análisis estratégico en las organizaciones.

- Diagnóstico externo de la organización.

El análisis del entorno se centra en conocer los factores externos que influyen, o pueden influir, en el funcionamiento y resultados de la empresa. Algunos de estos factores son de carácter general, mientras que otros son específicos al sector de actividad de la empresa. El objetivo del análisis externo es determinar las oportunidades y amenazas que se ciernen sobre la organización. Para Serna (2011), el diagnóstico externo es el proceso de identificar las oportunidades y amenazas de la organización en el entorno. Y está integrado por el análisis de los siguientes factores:

- Factores económicos, las oportunidades y amenazas se recopilan a través del comportamiento de la economía, tanto a nivel nacional como internacional.
- Factores políticos, son aquellos que pueden afectar a la empresa; tales como: leyes, normas, acuerdos internacionales entre otros. Del análisis de éstos se extraerán las amenazas y oportunidades para la empresa.
- Factores sociales y culturales, son los que afectan el modo de vida de las personas y sus valores, entre ellos se encuentran: el empleo, seguridad, educación, entre otros.
- Factores tecnológicos, están relacionados con el desarrollo e innovación de maquinarias, materiales, etc.
- Factores geográficos, tiene que ver con la ubicación, espacio, clima y recursos naturales donde se encuentra la empresa.
- Factores competitivos, las oportunidades y amenazas son extraídas del mercado competitivo.

Para Robbins y Coulter (2005), el análisis externo se refiere al estudio del ambiente o entorno de las organizaciones, y dividen este ambiente en dos, un ambiente general, el cual comprende todos los factores fuera de la organización y no tiene relación directa con la misma, entre ellos se encuentran, los factores económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos e incluyen un nuevo elemento que es la globalización y un ambiente específico, que incluye los factores que intervienen directamente en la organización y tienen relación con el alcance de sus metas. Entre los factores que comprenden este ambiente se tienen a los competidores, consumidores o clientes, proveedores y gobierno.

En fin, el diagnóstico externo es el análisis del ambiente o entorno donde la organización desempeña sus actividades diarias y consta de unos factores que están directa o indirectamente relacionados con ella. Dichos factores son los siguientes: económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos, geográficos, competidores, clientes o consumidores, proveedores y reguladores. Cabe señalar que, al evaluar todos los factores que interactúan con la empresa externamente se pueden encontrar las oportunidades y amenazas para la organización.

Con base a la opinión de David (2008), las oportunidades se refieren a las tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como a hechos que podrían en forma significativa beneficiar a una organización en el futuro.

Serna (2011), define las oportunidades como eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de ésta, si se aprovechan en forma oportuna y adecuada. Es decir, las oportunidades son aquellos factores que resultan positivos, favorables y explotables, que se deben descubrir en el entorno externo a la empresa y así obtener ventajas competitivas. Por su parte, las amenazas son los eventos, hechos o tendencias que impactan de forma negativa desde un ambiente externo a la empresa.

Las amenazas, son generadas negativos del entorno e impiden y dificultan el logro de los objetivos y estrategias. En fin, las amenazas dificultan las operaciones de las organizaciones, y las mismas son producto de factores externos tales como: políticos, económicos, sociales, culturales, tecnológicos, entre otros.

La determinación de las amenazas y oportunidades es un elemento importante considerado a la hora de realizar el análisis estratégico, y las mismas son producto del diagnóstico de los factores externos descritos anteriormente.

Serna (2011), puntualiza que identificar correctamente las oportunidades que ofrece el entorno debe apoyaren forma más eficiente y eficaz el cumplimiento de la misión de la organización; así como, facilitar la gestión de sus objetivos en un periodo determinado. Asimismo, el reconocimiento correcto de las amenazas que otorga el entorno debe permitir a la organización, prepararse ante los eventos que puedan afectar

a su misión y desarrollo adecuado de sus objetivos.

2.2.1.7.- Métodos de Análisis Estratégicos

Para evaluar el potencial de la empresa se utilizan los siguientes métodos de análisis estratégico:

- La matriz de funciones y recursos, cuyo propósito es estudiar la forma en que se distribuyen los recursos y las funciones en una organización. En general, este método consiste en ordenar y describir los recursos existentes de la organización mediante una función cruzada con tal de determinar si son suficientes para realizar una estrategia determinada y comprobar si su distribución es la más apropiada.
- La matriz de *Boston Consulting Group* (BCG), cuyo objetivo consiste en mejorar los esfuerzos de una organización para formular estrategias y mostrar de forma gráfica las diferencias entre divisiones al manejar dos dimensiones: el índice de crecimiento de la industria (eje X) y la participación relativa en el mercado (eje Y). Se representa mediante un recuadro de cuatro cuadrantes donde se ubican Divisiones o Productos de acuerdo con su crecimiento-participación en el mercado: interrogantes, estrellas, vacas lecheras, perros. La participación relativa es la razón entre la participación de la división/producto en el mercado y la participación de la división o el producto rival más grande.
- La matriz de McKinsey (o de Posición competitiva/Atractivo del sector) – el objetivo de esta matriz consiste en situar los distintos negocios de la organización según el doble criterio de su posición competitiva en el conjunto de la industria y el nivel del atractivo de la propia industria. Si distinguimos en la matriz tres zonas para cada dimensión (alta, media y baja), podremos identificar nuevas posiciones relativas de las que se deducen distintas opciones estratégicas para los negocios en ellas ubicados.
- El análisis DOFA, logra orientar en cierta forma, la creación de una matriz que permite definir y visualizar de manera clara la formulación de estrategias, cuyo objetivo consiste en ayudar a una organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, para usarlos, una vez identificados, y apoyar en ellos los

cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas. En la mayoría de los casos de análisis DOFA se refieren a la empresa al involucrar aspectos económicos, es posible su aplicación en organizaciones gubernamentales, tomando en consideración en este caso los aspectos sociales, el entorno y la comunidad. De igual modo, en la formulación de estrategias es importante la definición de la Misión y Visión de la empresa o la organización bien sea pública o privada. Serna (2011).

ANALISIS DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. El desarrollo tecnológico y la innovación en productos. 2. La apertura de nuevos mercados. 3. Nuevos inversionistas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegada de competidores. 2. Supervisión tecnológica para la competencia. 3. Pérdida del mercado. 4. Pérdida de ejecutivos.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. La estructura organizacional. 2. La lealtad de los clientes. 3. La exclusividad del producto. 4. No competencia. 5. La cultura financiera de la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de nuevos productos acorde con las necesidades del cliente. 2. Iniciar exportación de productos. 3. Asociarse con nuevos inversionistas para ampliar acción empresas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar un programa de servicio al cliente para mantener su lealtad. 2. Preparar estrategias de mercado para impulsar la competencia. 3. Iniciar programa de evaluación del desempeño para estimular la permanencia del personal.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. La dependencia tecnológica de la casa matriz. 2. El foro desarrollo de sistemas. 3. El recurso humano. 4. Dependencia de un solo proveedor. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. iniciar desarrollos tecnológicos propios. 2. Aprovechar la asociación con socios para hacer inversión en sistemas. 3. Iniciar un programa del capacitación en casa matriz. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iniciar un programa del 1 & D. 2. Diseñar y realizar un desarrollo del recurso humano. 3. Llegar a acuerdos con proveedores “Just In Time”.

Cuadro N° 1 Análisis DOFA

Fuente Serna (2011).

2.2.1.8.- Matriz de Impacto

Serna (2011), establece que para realizar el análisis de impacto este consiste en definir cual es el impacto de cada fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza en el negocio. Y por lo tanto convertirla en factor clave del éxito. Para ello debe elaborarse una matriz de impactos en la cual se defina y categorice cada factor en relación con el impacto en el negocio.

Fortalezas	Impacto			Oportunidades	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Debilidades	Impacto			Amenazas	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo

Cuadro N° 2 Matriz de impactos

Fuente Serna (2011)

2.2.2.- La Calidad del Servicio

Al respecto se procede a tratar contenido alusivo a la calidad de servicio.

2.2.2.1.- Definición de Calidad de Servicio

Reyes, Rivera y Viñoles (2007), establecen que la calidad en el servicio es la satisfacción de conformidad con los requerimientos de cada cliente, de las distintas necesidades que tienen y por las que se contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entregan.

La calidad de los servicios puede interpretarse como la concepción revolucionaria e innovadora que exige nuevas maneras de pensar y de concebir sus características; a la vez de adoptar nuevas técnicas, tanto operativas como gerenciales, con el expreso propósito fundamental de ofrecer al público servicios cada vez mejores que satisfagan sus necesidades y expectativas a plenitud; lo cual impone un cambio radical de mentalidad, de conocimientos, de conceptos y de ideas.

2.2.2.2.- Importancia de la calidad en el servicio.

Reyes, Rivera y Viñoles (2007), establecen que la importancia de la calidad en el servicio se puede entender por las siguientes condiciones:

- Crecimiento de la industria de servicios.
- Crecimiento de la competencia.
- Mejor conocimiento de los clientes.

2.2.2.3.- Características de la calidad del servicio.

Cuatrecasas (2005), Según las normas ISO, varias son las razones para prestar una especial atención a la calidad del servicio, entre las que se encuentran:

- Mejorar la prestación del servicio y la satisfacción del cliente.
- Mejorar la productividad, la eficacia y reducir costes.
- Mejorar el mercado.

Ello supondrá realizar un esfuerzo especial para gestionar los procesos sociales del servicio, considerar las interacciones humanas como un elemento esencial de la calidad del servicio, desarrollar las competencias y aptitudes del personal y motivar al personal a la mejora de la calidad y alcanzar las expectativas del cliente, sin olvidar lo ya comentado anteriormente, acerca del reconocimiento de la importancia de la percepción del cliente, de la imagen de la cultura y de las prestaciones de la organización de servicios.

2.2.2.4.- Medición de la calidad en el servicio.

Gómez (1986), para el estudio y medición de las características de los servicios se pueden clasificar, en tres grupos; las que son de una forma ponderable, las que se pueden apreciar por los sentidos, las representadas por actitudes y comportamientos evaluables.

- Entre las características ponderables de los servicios se encuentran: las demoras, puntualidad, extravíos, pérdidas definitivas, los precios, los analizables, los sometibles a pruebas físicas o químicas, errores u omisiones, aceptabilidad.
- Entre las características de los servicios que pueden ser apreciables mediante algunos sentidos podrían mencionarse: reparaciones, curaciones, disfrute, degustación, adaptabilidad, defectos, satisfacción, comodidad, conveniencia, diagnóstico y exactitud.
- En cuanto a las características de los servicios y representados por comportamientos y actitudes factibles de ser evaluadas conviene señalar las siguientes: competencia o incompetencia, profesionalismo, capacidad, constancia, educación, trato, amabilidad, honestidad, confiabilidad, diligencia, atención y prontitud.

Muchas de las citadas características constituyen verdaderas virtudes que hacen que muchos clientes prefieran los servicios de una determinada empresa en particular.

2.2.2.5.- Criterios generales de evaluación de los servicios.

Para Cuatrecasas (2005), los servicios tienen sus propios criterios de evaluación y en ello, como en ningún otro caso, cuentan los requisitos o expectativas que utiliza el cliente para juzgar el servicio. Vamos a juzgar estos en los diez que siguen:

- Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, oficinas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- Fiabilidad: habilidad del proveedor para realizar el servicio promedio de forma fiable y adecuada.
- Capacidad de repuesta: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- Profesionalidad: posesión de las capacidades requeridas y conocimiento de la realización del servicio.
- Cortesía: atención, consideración, respeto y amabilidad del personal que trata el cliente.
- Credibilidad: veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
- Seguridad: inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

- Accesibilidad: capacidad de un servicio de ser accesible y facilidad para establecer contacto.
- Comunicación: mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como saber escucharlos.
- Comprensión del cliente: esfuerzos realizados para conocer al cliente y sus necesidades.

2.2.2.6.- Dimensiones en la calidad del servicio.

Según Gronroos (1994), hay tres dimensiones en la calidad del servicio:

- Calidad técnica: Involucra a lo que el cliente está recibiendo del proveedor. Esto puede ser medido por parte del cliente en una manera objetiva.
- Calidad funcional: Involucra la manera en que el servicio es entregado. Esto se refiere a la interacción psicológica entre el comprador y el proveedor.

Es percibida en una manera bastante subjetiva y pueden influir en elementos como:

- Actitud y comportamiento de los empleados.
 - Acercamiento del personal de servicio.
 - Accesibilidad al servicio.
 - Apariencia del personal.
 - Relación entre los empleados.
 - El cliente.
- Imagen corporativa: Es la dimensión de la calidad que resulta de cómo los clientes perciben a la empresa y se espera que sea construida principalmente por la dimensión técnica de la calidad ya que afecta la percepción del servicio por parte del cliente.

2.2.2.7.- Diferencias entre la producción de servicios y la de productos.

Cuatrecasas (2005), es evidente que deben existir características diferenciales entre la producción de servicios y la de productos; estas diferencias podemos resumirlas fundamentalmente en tres aspectos que hacen referencia al tipo de producto y su producción, como son consumidos y como son evaluados:

- **Intangibilidad de los servicios:** se puede afirmar que los servicios son prestaciones y experiencias en contraposición con los objetos. Esto comporta que sea más complicado establecer las especificaciones precisas para su elaboración. Es decir, que para definir los requisitos se requiere un proceso más laborioso. Contrariamente a lo que sucede en los productos tangibles, como por ejemplo, impresoras o disquetes, en el asesoramiento informático o servicios de comunicaciones el resultado no podrá ser previsto, medido y verificado para garantizar la calidad antes de la ejecución.
- **Heterogeneidad de los servicios:** aquellos servicios que requieren mucha colaboración humana hacen que su prestación varíe de un día a otro debido a la variabilidad de los factores intrínsecos humanos de los usuarios o clientes del servicio, y de los proveedores.
- **Inseparabilidad de la elaboración y el consumo:** en los productos tangibles, primero se pasa por una fase de producción y posteriormente al cliente consume el producto. En el mundo de los servicios el producto se produce al mismo tiempo que el cliente lo consume. La calidad de los servicios se califica durante su prestación. Los usuarios no solo evalúan el servicio por el resultado final sino también por el proceso de recepción del mismo.

El conjunto de estos tres factores hace que el usuario o cliente evalúe el servicio de una manera diferente a los productos, haciendo que para la empresa suministradora sea más difícil comprender los criterios de evaluación que utiliza.

2.3.- Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.

- **Reseña Histórica**

El 28 de junio del año 1974, el señor Jaime Rodríguez Pérez, nacido en las Islas Canarias, España. Funda en la ciudad de Cumaná una empresa distribuidora de pescados y mariscos, cuyas siglas son DIPESCA. La función de DIPESCA era la compra y venta de pescado, manejada por sus propietarios, Jaime Rodríguez Pérez y el señor Manuel Pérez Sanfiel.

La comercialización de DIPESCA, cada vez fue mayor, en poco tiempo esta empresa fue ganando clientela. Dada la oportunidad, en 1978, el señor Jaime Rodríguez Pérez, adquiere una embarcación de arrastre, llamada Elena, con la cual crea una empresa llamada FLODIPESCA (flota distribuidora de pescado, C.A.) DIPESCA y FLODIPESCA, fueron manejadas y administradas conjuntamente por los señores Jaime Rodríguez Pérez y Manuel Pérez Sanfiel, FLODIPESCA suministraba el pescado a DIPESCA y esta lo comercializaba y vendía.

Un año después en 1979, Jaime Rodríguez Pérez, junto a Adonis Salazar, se asocian y adquieren dos nuevas embarcaciones arrastreras, RIGEL Y SABIK, cuya combinación de sus nombres dieron lugar a la creación de FLOTA RISACA (Rigel y Sabik C.A). De igual manera estos barcos vendían su producción a DIPESCA. Debido a la buena marcha de sus barcos, FLOTA RISACA, en el año 1983 compra un barco palangrero, m/n DULCE, dedicada a la pesca de cazón, jurel, pargo y mero. Dos años después en 1985, comienzan las gestiones de compra de un nuevo barco palangrero en Marzo del mismo año, se adquiere el CORONA DEL MAR, con el cual se constituyo la empresa FLOTA TIBURONCA.

El 27 de febrero del año 1986, se adquiere una barca llamada SPICA, cuyo nombre fue cambiado, por DON FROILO, este barco de arrastre era propiedad de FLOTA RISACA. A finales de ese mismo año, comenzaron las gestiones para construir un barco arrastrero, dicho barco fue terminado y echado al agua, en mayo de 1987 y recibió el nombre de BLANCA.

En enero de 1988, FLOTA RISACA adquiere el SOL DE PARIÁ, embarcación arrastrera. Un año después comenzó la pesca en el barco DOÑA MARIA, luego de ocho meses de construcción en las instalaciones de DIPESCA, sale a flota DOÑA MARIA,

que es también un barco de arrastre y propiedad de FLOTA RISACA. El señor Jaime Rodríguez Pérez, con su visión futurista, pensó en asociarse con el señor Antonio Tabio (propietario de una planta de hielo), y en junio de 1988 se concluyeron los tramites y el 50% de HIELO CRISTALINO, C.A, pertenece a Jaime Rodríguez Pérez. Dicha planta de hielo, gasoil y agua abastece todas las embarcaciones de FLOTA RISACA, FLODIPESCA, FLOTA TIBURONCA, y todo aquel barco que lo requiera.

En 1989, debido al continuo crecimiento del grupo empresarial y al crecimiento del número de barcos, se hizo necesaria la inversión de la construcción de ASTIVASCA (Astilleros y Varaderos Sucre C.A), quien presta servicio de astillero y varadero a todos los barcos de las empresas y a terceras personas. En el año de 1990 se inició la construcción de un FRIGORIFICO con un capacidad de 600 toneladas métricas, ubicado en las mismas instalaciones de DIPESCA.

A mediados de 1991 se comenzó la construcción del GAVILAN y en agosto de 1992 se construyó este barco palangrero. Simultáneamente con el GAVILAN, debido a la diversificación de clientes y sus requerimientos especiales de productos procesados, se inició la construcción de una sala de proceso, dicha planta requería de un personal, el cual contaba de 50 personas y maquinarias que aun conservan y cada día se ha ido modernizando.

En marzo del año 2001 FLODIPESCA adquiere los barcos DON FROILO, SABIK, DOÑA MARIA Y SOL DE PARIA, propiedad de flota RISACA.

En la actualidad, esta empresa pertenece al sector privado está ubicada en la calle El Salado, Sector Puerto Sucre, de la ciudad de Cumaná estado Sucre y cuenta con cuatro barcos reconvertidos para trabajar en varios tipos de pesca, además de una planta procesadora de pescado con la mas alta tecnología del mercado, manteniendo el objetivo desde sus inicios: la compra y venta al mayor y detal de especies marinas en el mercado nacional e internacional.

- Misión

Procesar y distribuir especies y productos marinos de alta calidad y diversidad a nuestros clientes, con la participación del recurso humano y la responsabilidad de la empresa en el desarrollo y bienestar de su área de influencia.

- Visión

Convertirse en la empresa líder en la distribución de productos marinos de alta calidad en el país, incorporando tecnología de punta y dándoles prioridad a los productos nacionales, apoyados en el recurso humano y el mas impecable servicio al cliente, a través del entrenamiento de trabajadores y publico general, vigilando la aplicación de las normas nacionales e internacionales sobre la materia

2.2.3.4.- Estructura Organizativa de la empresa

La empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A posee un organigrama vertical integral el cual grafica todas las unidades administrativas y productivas de la empresa tal como se muestra en la figura No. 1

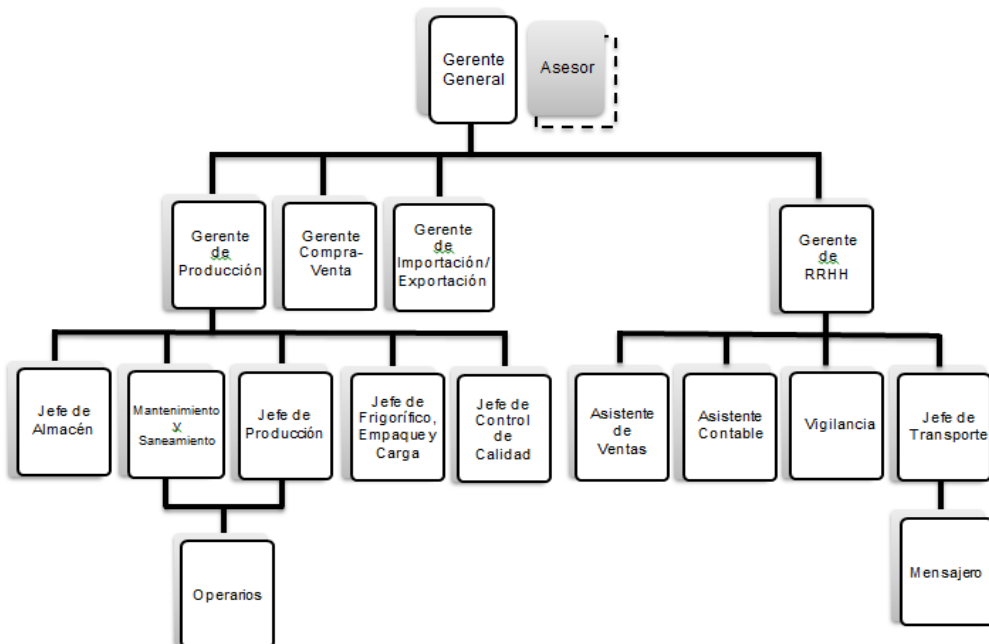


Figura N° 1 Organigrama Funcional de la Empresa DIPESCA, C.A

Fuente: Departamento de RRHH de la empresa (2011).

2.3. Bases Legales de la Investigación

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Artículo 10. El territorio y demás espacios geográficos de la República son los que correspondían a la Capitanía General de Venezuela antes de la transformación política iniciada el 19 de abril de 1810, con las modificaciones resultantes de los tratados y laudos arbitrales no viciados de nulidad.

Artículo 11. La soberanía plena de la República se ejerce en los espacios continental e insular, lacustre y fluvial, mar territorial, áreas marinas interiores, históricas y vitales y las comprendidas dentro de las líneas de base recta que ha adoptado o adopte la República; el suelo y subsuelo de éstos; el espacio aéreo continental, insular y marítimo y los recursos que en ellos se encuentran, incluidos los genéticos, los de las especies migratorias, sus productos derivados y los componentes intangibles que por causas naturales allí se hallen.

El espacio insular de la República comprende el archipiélago de Los Monjes, archipiélago de Las Aves, archipiélago de Los Roques, archipiélago de La Orchila, isla La Tortuga, isla La Blanquilla, archipiélago Los Hermanos, islas de Margarita, Cubagua y Coche, archipiélago de Los Frailes, isla La Sola, archipiélago de Los Testigos, isla de Patos e isla de Aves; y, además, las islas, islotes, cayos y bancos situados o que emerjan dentro del mar territorial, en el que cubre la plataforma continental o dentro de los límites de la zona económica exclusiva.

Sobre los espacios acuáticos constituidos por la zona marítima contigua, la plataforma continental y la zona económica exclusiva, la República ejerce derechos exclusivos de soberanía y jurisdicción en los términos, extensión y condiciones que determinen el derecho internacional público y la ley.

Corresponden a la República derechos en el espacio ultraterrestre supra yacente y en las áreas que son o puedan ser patrimonio común de la humanidad, en los términos, extensión y condiciones que determinen los acuerdos internacionales y la legislación nacional.

El espacio geográfico venezolano es una zona de paz. No se podrán establecer en él bases militares extranjeras o instalaciones que tengan de alguna manera propósitos militares, por parte de ninguna potencia o coalición de potencias.

Los Estados extranjeros u otros sujetos de derecho internacional sólo podrán adquirir inmuebles para sedes de sus representaciones diplomáticas o consulares dentro del área que se determine y mediante garantías de reciprocidad, con las limitaciones que establezca la ley. En dicho caso quedará siempre a salvo la soberanía nacional.

Las tierras baldías existentes en las dependencias federales y en las islas fluviales o lacustres no podrán enajenarse, y su aprovechamiento sólo podrá concederse en forma que no implique, directa ni indirectamente, la transferencia de la propiedad de la tierra.

Artículo 15. El Estado tiene la responsabilidad de establecer una política integral en los espacios fronterizos terrestres, insulares y marítimos, preservando la integridad territorial, la soberanía, la seguridad, la defensa, la identidad nacional, la diversidad y el ambiente, de acuerdo con el desarrollo cultural, económico, social y la integración. Atendiendo la naturaleza propia de cada región fronteriza a través de asignaciones económicas especiales, una Ley Orgánica de Fronteras determinará las obligaciones y objetivos de esta responsabilidad.

Artículo 112. Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Artículo 117. Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos.

- Código de Comercio Venezolano.

Artículo 10: Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

Artículo 200: Las compañías o sociedades de comercio son aquellas que tienen por objeto uno o más actos de comercio. Sin perjuicio de lo dispuesto por leyes especiales, las sociedades anónimas y las de responsabilidad limitada tendrán siempre carácter mercantil, cualquiera que sea su objeto, salvo cuando se dediquen exclusivamente a la explotación agrícola o pecuaria. Las sociedades mercantiles se rigen por los convenios de las partes, por disposiciones de este Código y por las del Código Civil.

Artículo 202: La compañía anónima y la compañía de responsabilidad limitada deben girar bajo una denominación social, la cual puede referirse a su objeto o bien formarse con cualquier nombre de fantasía o de persona, pero deberá necesariamente agregarse la mención de "Compañía Anónima" o "Compañía de Responsabilidad Limitada", escritas con todas sus letras o en la forma que usualmente se abrevian, legibles sin dificultad.

Artículo 203: El domicilio de la compañía está en el lugar que determina el contrato constitutivo de la sociedad, y a falta de esta designación en el lugar de su establecimiento principal.

Artículo 249: Para la constitución definitiva de la compañía es necesario que esté suscrita la totalidad del capital social y entregada en caja por cada accionista la quinta parte, por lo menos, del monto de acciones por él suscritas, si en el contrato social no se exige mayor entrega; pero cuando se hicieren aportes que no consistan en numerario o se estipulen ventajas en provecho particular de alguno o algunos socios, deberán cumplirse además las prescripciones del artículo 253.

- Ley Orgánica del Sistema Venezolano para la Calidad

Artículo 5. Las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que produzcan bienes, o presten servicios sujetos a reglamentaciones técnicas, o los comercialicen, deberán suministrar la información y la documentación necesaria que permita la posterior comprobación de la calidad de los mismos. Así mismo deberán colaborar con el personal autorizado por el Ministerio de la Producción y el Comercio, o con los organismos que este Ministerio autorice, para el cumplimiento de las funciones establecidas en esta Ley y su Reglamento.

Artículo 6. Las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, están obligadas a proporcionar bienes y prestar servicios de calidad. Estos bienes y servicios deberán cumplir con las reglamentaciones técnicas que a tal efecto se dicten. En el caso de que

dichos bienes o servicios estén basados en normas, según lo establecido en esta Ley, para el ámbito de desarrollo voluntario de sistemas de calidad, las no conformidades de cumplimiento con normas se podrán dirimir o decidir a través de fórmulas basadas en los procedimientos de Evaluación de la Conformidad entre las partes involucradas.

Artículo 7. El Estado deberá garantizar los mecanismos y velar por el cumplimiento de las regulaciones establecidas en esta Ley y su Reglamento, en sus programas de compra, procura, ejecución, construcción y producción de bienes o servicios. En sus programas de adquisición de bienes y servicios el Estado dará prioridad a aquellos que estén respaldados por procedimientos de Evaluación de la Conformidad, de acuerdo con lo previsto en la presente Ley.

Artículo 8. Los órganos del Poder Público están obligados a proveer a las personas bienes y servicios de calidad y a tal efecto establecerán los mecanismos apropiados para la prestación de los mismos.

Artículo 9. Es responsabilidad de la sociedad civil organizada, considerar y adoptar dentro de sus competencias y ámbito de acción, el desarrollo y difusión de programas en materia de calidad, con el objeto de educar a la comunidad de sus deberes y derechos en esta materia.

Artículo 12. Las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que suministren bienes y presten servicios, deberán indicar por escrito sus características de calidad y serán responsables de garantizarlas, a fin de demostrar el cumplimiento de dichas características ante cualquier usuario o consumidor, sin menoscabo de lo establecido por otros organismos públicos en esta materia. Así mismo, deberán establecer fórmulas expeditas para dilucidar, hasta su total solución, las quejas y reclamos de los usuarios o consumidores.

Artículo 17. Se entiende por Sistema Venezolano para la Calidad al conjunto de principios, normas, procedimientos, subsistemas y entidades que interactúan y cooperan de forma armónica y contribuyen a lograr los propósitos de una óptima Gestión Nacional de la Calidad. El Sistema Venezolano para la Calidad está conformado por los subsistemas de Normalización, Metrología, Acreditación, Certificación, Reglamentaciones Técnicas y Ensayos.

Artículo 18. A los efectos de esta Ley, se entiende como subsistemas para la calidad al conjunto de principios, normas, procedimientos y entidades públicas o privadas que interactuando y cooperando de forma armónica, contribuyen al logro de propósitos y objetivos definidos, según su ámbito de actuación en las áreas siguientes:

normalización, metrología, acreditación, certificación, reglamentaciones técnicas y ensayos.

Artículo 19. Las entidades que forman parte del Sistema Venezolano para la Calidad son las siguientes:

1. El Ministerio de la Producción y el Comercio, entes tutelados por éste y aquellos en las que tenga participación, así como los demás ministerios y entidades públicas que dicten reglamentaciones técnicas;
2. Las organizaciones del sector privado, empresas, proveedores de servicio, de insumos y bienes de capital, redes de información y asistencia que sean incorporados al Sistema Venezolano para la Calidad.

Artículo 20. El Ministerio de la Producción y el Comercio es el órgano rector del Sistema Venezolano para la Calidad.

Artículo 88. El Ministerio de la Producción y el Comercio, podrá evaluar la calidad de los productos y servicios que se fabriquen, importen o comercialicen en el País, con el objeto de comprobar que éstos cumplen con los requisitos exigidos en las normas y reglamentaciones técnicas, sin menoscabo de las competencias que en esta materia, tengan otros organismos, y la facultad de las personas públicas o privadas, naturales o jurídicas, de ejercer la defensa de sus derechos.

Artículo 89. En los casos de evaluación de la calidad de los bienes y servicios señalados en el artículo 88 de la presente Ley, la misma se realizará cumpliendo el procedimiento establecido en la reglamentación técnica respectiva.

- Ley de Pesca y Acuicultura.

Artículo 1. Este Decreto de ley tiene por objeto regular el sector pesquero y de acuicultura a través de disposiciones que permitan al Estado:

- a. Fomentar, promover, desarrollar y regular las actividades de pesca, la acuicultura y actividades conexas, basados en los principios rectores que aseguren la producción, la conservación, el control, la administración, el fomento, la investigación y el aprovechamiento responsable y sostenible de los recursos hidrobiológicos, teniendo en cuenta los aspectos biológicos, tecnológicos, económicos, de seguridad alimentaria, sociales, culturales, ambientales y comerciales pertinentes.

- b. Promover el desarrollo integral del sector pesquero y de acuicultura.
- c. Asegurar la disponibilidad suficiente y estable de productos y subproductos de la pesca y la acuicultura para atender la demanda del mercado nacional.
- d. Proteger los asentamientos y comunidades de pescadores artesanales, así como el mejoramiento de la calidad de vida de los pescadores a pequeña escala.
- e. Proteger los caladeros de pesca de los pescadores artesanales, en las aguas continentales y los próximos a la línea de costa marítima.
- f. Establecer los principios y las normas para la aplicación de prácticas responsables que aseguren la gestión y el aprovechamiento eficaz de los recursos acuáticos vivos respetando el ecosistema, la diversidad biológica y el patrimonio genético de la nación.
- g. Proteger la biodiversidad natural y los procesos ecológicos asegurando un ambiente acuático sano y seguro.
- h. Garantizar los plenos beneficios económicos y sociales a los pescadores artesanales, a los tripulantes de los buques pesqueros y a los demás trabajadores del subsector pesquero.
- i. Desarrollar los principios de interdependencia, coordinación, cooperación, corresponsabilidad y subsidiariedad para realizar las funciones relacionadas con la pesca, la acuicultura y las que le fueren conexas.

Artículo 3. Este Decreto de ley se aplica a la pesca, a la acuicultura y actividades conexas cuando:

- a. Se efectúen en espacios acuáticos bajo soberanía o jurisdicción de la República Bolivariana de Venezuela.
- b. Sean actividades pesqueras realizadas fuera de los espacios acuáticos bajo soberanía o jurisdicción de la República Bolivariana de Venezuela, por buques pesqueros de bandera nacional, en el marco de convenios pesqueros bilaterales o en coordinación, con las normas que rijan en los países en que operen.

Artículo 4. Se declaran a la pesca y acuicultura de interés público por la importancia estratégica que tienen para la seguridad alimentaria de la población, por los beneficios socioeconómicos y tecnológicos que de ellas se derivan y por su importancia geopolítica y genética.

Artículo 5. Como integrantes del sector agropecuario, se aplican a las actividades pesqueras, a la acuicultura y las que le fueren conexas, los beneficios del ordenamiento jurídico de ese sector, así como los del sector naviero y los de la seguridad social para los pescadores artesanales y para los tripulantes de los buques pesqueros nacionales.

Artículo 9. A los efectos de este Decreto Ley se definen como:

Recursos Hidrobiológicos: Todos aquellos organismos animales o vegetales, cuyo ciclo de vida se desarrolla íntegra o parcialmente en el espacio acuático, definido como ámbito de aplicación de este Decreto Ley, exceptuando los reptiles y mamíferos. Estos recursos se clasifican en:

Recursos Pesqueros: Son los recursos hidrobiológicos que son o podrían ser objeto de captura o extracción en las operaciones pesqueras con fines de consumo directo, comercialización, procesamiento, estudio e investigación, recreación u obtención de otros beneficios.

Recursos Acuícolas: Son los recursos hidrobiológicos que son o podrían ser utilizados en operaciones de cultivo de organismos acuáticos, bajo ciertas condiciones controladas en grado diverso según sus características, con fines de consumo, estudio e investigación, procesamiento, recreación, comercialización, u otros como la producción de alimentos concentrados.

Pesca: Es toda actividad humana realizada en el ambiente acuático y destinada a extraer recursos hidrobiológicos a efectos de su aprovechamiento directo o indirecto, tanto si los resultados son positivos como si la operación no consigue su objetivo. También se considera pesca a:

Los actos previos o posteriores, operaciones de apoyo o equipos asociados para procurar la concentración de los recursos hidrobiológicos, objetos de la pesca o intento de esta.

Artículo 12. Son propiedad del Estado los recursos hidrobiológicos que se encuentran permanente u ocasionalmente en el territorio nacional y en las áreas bajo soberanía de la República Bolivariana de Venezuela, así como la diversidad biológica y genética de los mismos.

Artículo 13. El Estado velará por la protección de la pesca, acuicultura y sus actividades conexas, así como por la incorporación de buques pesqueros venezolanos en las zonas de pesca ubicadas fuera de los espacios acuáticos bajo su soberanía o jurisdicción.

Artículo 14. El aprovechamiento de los recursos hidrobiológicos estará limitado y regulado para asegurar una utilización racional y sustentable de la riqueza pesquera y acuícola del país, conforme a lo establecido en el presente Decreto Ley y en las normas

que establezca el Ejecutivo Nacional.

Artículo 16. La explotación de los recursos hidrobiológicos en los espacios acuáticos bajo soberanía o jurisdicción de la República Bolivariana de Venezuela, sólo podrá ser realizada por personas naturales o jurídicas legalmente constituidas, venezolanas o extranjeras domiciliadas en el país. Los buques empleados en el aprovechamiento de los recursos hidrobiológicos deberán estar inscritos en el Registro Naval Venezolano, sin perjuicio de lo establecido en los convenios pesqueros firmados por la Republica.

Artículo 20. El Estado venezolano al procurar la explotación sostenible de los recursos pesqueros, protegerá los asentamientos y comunidades de pescadores o pescadoras artesanales así como sus caladeros de pesca en las aguas continentales y los próximos a la línea de costa definidos en el Decreto Ley de la materia.

Artículo 29. La transformación de los recursos hidrobiológicos en productos y subproductos con características diferentes a su estado original para ser presentados al consumo humano directa o indirectamente, deberá hacerse de acuerdo a las exigencias de control de calidad establecidas o adoptadas por los organismos competentes.

Artículo 30. El Instituto Nacional de la Pesca y Acuicultura conjuntamente con los demás organismos competentes, autorizará la operación y funcionamiento de los centros integrales de apoyo a la pesca artesanal.

Artículo 33. El Instituto Nacional de la Pesca y Acuicultura, conjuntamente con el Ministerio de Salud y Desarrollo Social, dictará las normas dirigidas a garantizar que los productos y subproductos de la pesca y de la acuicultura comercializados internamente, cumplan con las normas sanitarias nacionales e internacionales y estén debidamente procesados a los fines de mantener su calidad y asegurar la correcta información al consumidor.

Artículo 48. El Instituto Nacional de la Pesca y Acuicultura deberá crear y mantener un registro actualizado de todas las personas naturales o jurídicas autorizadas para realizar actividades de pesca, acuicultura y conexas.

Artículo 80. El Instituto Nacional de la Pesca y Acuicultura en coordinación con los organismos competentes, efectuarán actos de inspección, vigilancia y control de las actividades pesqueras, de acuicultura y las que le fueren conexas. A tal efecto, inspeccionarán buques pesqueros, depósitos y lotes de organismos capturados o recolectados, establecimientos dedicados al comercio, conservación, almacenamiento, transporte, producción o procesamiento de los recursos hidrobiológicos, en cualquier fase o etapa. Así mismo, el Instituto Nacional de la Pesca y Acuicultura en

coordinación con los organismos competentes podrá efectuar las retenciones preventivas de los bienes a que haya lugar por incumplimiento de las disposiciones del presente Decreto Ley.

- Ley de Zonas Costeras.

Artículo 1. Este Decreto Ley tiene por objeto establecer las disposiciones que regirán la administración, uso y manejo de las Zonas Costeras, a objeto de su conservación y aprovechamiento sustentable, como parte integrante del espacio geográfico venezolano.

Artículo 2. A los efectos de este Decreto Ley, se entiende por zonas costeras, la unidad geográfica de ancho variable, conformada por una franja terrestre, el espacio acuático adyacente y sus recursos, en la cual se interrelacionan los diversos ecosistemas, procesos y usos presentes en el espacio continental e insular.

Artículo 10. Las autoridades competentes podrán restringir el acceso y uso al dominio público de las zonas costeras, por razones sanitarias, de conservación, de seguridad y defensa nacional, de seguridad de los usuarios ante la inminencia de determinados fenómenos naturales, así como por cualquier otra de interés público. En este último caso, oída la opinión de los órganos de consulta y participación pública previstos en la ley.

- Ley de Comercio Marítimo.

Artículo 1. Esta Ley tiene por objeto regular las relaciones jurídicas que se originan en el comercio marítimo y en la navegación por agua.

Artículo 204. Antes de iniciarse el transporte de mercancías por agua, el porteador deberá ejercer la debida diligencia para:

1. Disponer del buque en estado de navegabilidad.
2. Equipar y aprovisionar el buque.
3. Cuidar que sus bodegas, cámaras frías o frigoríficas y cualquier otro espacio utilizado en el transporte de mercancías, esté en condiciones para recibirlas, conservarlas y transportarlas.

- Ley General de Marinas y Actividades Conexas.

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto regular el ejercicio de la autoridad acuática en lo concerniente al régimen administrativo de la navegación y de la Gente de Mar, lo pertinente a los buques de bandera nacional en aguas internacionales o jurisdicción de otros estados, estableciendo los principios fundamentales de constitución, funcionamiento, fortalecimiento y desarrollo de la marina mercante y de las actividades conexas, así como regular la ejecución y coordinación armónica de las distintas entidades públicas y privadas en la aplicación de las políticas y normas diseñadas y que se diseñen para el fortalecimiento del sector.

Artículo 134. Los buques de pesca iguales o mayores a veinticuatro (24) metros de eslora deberán cumplir con las regulaciones establecidas por la Autoridad Pesquera Nacional, antes de solicitar la respectiva Patente de Navegación.

Artículo 166. Se consideran actividades subacuáticas las realizadas en el espacio acuático venezolano y su lecho, por personas naturales o jurídicas destinadas a la operación de equipos y accesorios sumergibles o aquellas dedicadas al buceo con propósitos industriales, pesqueros, científicos, de recreación, deportivos o de cualquier otra naturaleza.

Artículo 167. El Instituto Nacional de los Espacios Acuáticos regulará, controlará y supervisará estas actividades, así como la certificación de las personas naturales o jurídicas que se dediquen a esta actividad.

A tales efectos llevará los registros respectivos, pudiendo autorizar a organizaciones públicas o privadas de reconocida competencia, para que en nombre del Instituto efectúen el control, la supervisión y la certificación requerida para la realización de las actividades subacuáticas.

Artículo 246. Son licencias de la Marina Mercante:

1. Especialidad De Cubierta:
 - a. Capitán de Pesca.
 - b. Oficial de Pesca.
2. En la Especialidad de Máquinas.
 - a. Jefe de Máquinas de Pesca.
 - b. Oficial de Máquinas.

Artículo 247. Son Títulos de la Marina Mercante para la actividad de Pesca:

1. En la Especialidad de Cubierta.

- a. Capitán de Pesca.
- b. Oficial de Pesca.
- 2. En la Especialidad de Máquina.
 - a. Jefe de Máquinas.
 - b. Oficial de Máquinas.

2.4.- Términos Básicos

- Calidad: Conjunto de cualidades que reúne un producto o un servicio, según el conjunto de las cuales este producirá en el consumidor, según sus necesidades, un mayor o menor grado de satisfacción al consumirlo. (Diccionario de contabilidad y finanzas. P.30).
- Análisis: distinción y separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios y elementos. (Diccionario de la lengua española).
- Estrategia: Es la movilización de todos los recursos de la empresa en conjunto para tratar de alcanzar objetivos a largo plazo. (Diccionario de contabilidad y finanzas. P.94).
- Expectativa: Esperanza de conseguir un determinado objetivo o que se produzca un resultado concreto. (Diccionario de contabilidad y finanzas. P.97).
- Organización: Conjunto de elementos personales, patrimoniales, instrumentales, etc., que componen una unidad productiva. (Diccionario de contabilidad y finanzas. P.183).
- Servicios: Prestaciones no materiales que ofrecen ciertas empresas para satisfacer las necesidades de sus clientes o del público en general. (Diccionario de contabilidad y finanzas. P.247).
- Satisfacción: Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Razón o modo con que se sosiega, responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. Cumplimiento del deseo o del gusto. (Diccionario de la lengua española).
- Producto: Bien material o inmaterial resultante de un proceso económico. (Diccionario de contabilidad y finanzas. P.212).
- Intangibilidad: cualidad de intangible. (Diccionario de la real academia española)
- Evaluación: acción y efecto de evaluar. Valoración que se hace de las aptitudes y méritos de una persona. (Diccionario de la lengua española plus)

- Medición: comparar una cantidad con su respectiva unidad, con el fin de averiguar cuantas veces la segunda está contenida en la primera. (Diccionario de la real academia española)
- Criterios: normas para juzgar y conocer una cosa, en especial su verdad o falsedad. Manera personal de ver las cosas. Capacidad de discernimiento en cualquier materia. (Diccionario de la lengua española plus)
- Heterogeneidad: mezcla de partes de diversa naturaleza en un todo. (Diccionario de la lengua española)
- Inseparabilidad: que no se puede separar o que es difícil hacerlo. (Diccionario de la lengua española plus)
- Producción: cosa producida. Modo de producirse. Proceso de transformación de un producto en un bien útil para el hombre. (Diccionario de la lengua española plus).
- Consumo: Acción y efecto de consumir. (Comestible u otros bienes). (Diccionario de la lengua española).

2.5.- Sistematización de Variables

Arias (2006), define la variable como una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación. También describe que un sistema de variables es un proceso mediante el cual se trasforma una variable en términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores. Estas variables pueden ser independientes y dependientes.

- Variables independientes: son las causas que generan y explican los cambios en la variable dependiente.
- Variables dependientes: son aquellas que se modifican por la variable independiente, y ésta se refiere a las causas que generan dichos cambios

No todas las variables se pueden descomponer en más de un elemento, ya que, su naturaleza evita que sean estudiadas como un todo, y las cuales deben ser descompuestas en sus partes constitutivas o dimensiones.

Arias (2006), define dimensión como un elemento integrante de una variable compleja, que resulta de su análisis o descomposición. También puntualiza que un indicador es un indicio, señal o unidad de medida que permite estudiar o cuantificar una variable o sus dimensiones.

A tal efecto, se mencionan a continuación, las variables que intervinieron en la realización del Análisis estratégico de la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A, ubicada en Puerto Sucre, cumaná estado Sucre.

- Variable Independiente: Elementos interno y externo.
- Variable Dependiente: Análisis estratégico.

Variables Dependientes	Variables Independientes	Dimensiones	Sub-dimensiones	Indicadores
Análisis estratégico de la calidad del servicio.	Elementos Internos de la calidad del servicio.	Medición de la calidad	Ponderables del servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Demoras - Puntualidad - Extravíos - Errores u omisiones - Aceptabilidad - Pérdidas definitivas - Precios
			Apreciación por los sentidos	<ul style="list-style-type: none"> - Reparaciones - Curaciones - Disfrute - Degustación - Adaptabilidad - Defectos - Satisfacción - Comodidad - Conveniencia - Diagnóstico - Exactitud
			Comportamientos y Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia o incompetencia - Profesionalismo - Capacidad - Constancia - Educación - Trato - Amabilidad - Honestidad - Confiabilidad - Diligencia - Atención y prontitud

VARIABLES DEPENDIENTES	VARIABLES INDEPENDIENTES	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES
Análisis estratégico de la calidad del servicio.	Elementos Internos de la calidad del servicio.	Criterios para evaluar el servicio	Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Apariencia de las instalaciones físicas - Oficinas - Equipos - Personal y materiales de comunicación.
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad del proveedor para realizar el servicio promedio de forma fiable y adecuada.
			Profesionalidad	<ul style="list-style-type: none"> - Posesión de las capacidades requeridas - conocimiento de la realización del servicio.
			Cortesía	<ul style="list-style-type: none"> - Atención - Consideración - Respeto y amabilidad del personal que trata el cliente.
			Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Veracidad - Creencia y honestidad en el servicio que se provee.
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de peligros - Riesgos o dudas.
			Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de un servicio de ser accesible - Facilidad para establecer contacto.
			Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender - Así como saber escucharlos.

VARIABLES DEPENDIENTES	VARIABLES INDEPENDIENTES	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES
Análisis estratégico de la calidad del servicio.	Elementos Internos de la calidad del servicio	Dimensión de la calidad del servicio	Calidad técnica	- Relación cliente-proveedor.
			Calidad funcional	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud y comportamiento de los empleados - Acercamiento del personal de servicio - Accesibilidad al servicio - Apariencia del personal - Relación entre los empleados. - El cliente.
			Imagen corporativa	- Es la dimensión de la calidad que resulta de cómo los clientes perciben a la empresa.

Variables Dependientes	Variables Independientes	Dimensiones	Sub-dimensiones	Indicadores
Análisis estratégico de la calidad del servicio.	Elementos Externos que afectan a la calidad del servicio.	Factores económicos		<ul style="list-style-type: none"> - Índice de crecimiento - Inflación - Devaluación - Ingresos per cápita - Producto interno bruto (PIB)
		Factores políticos y legales		<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos internacionales - Normas - Leyes
		Factores sociales		<ul style="list-style-type: none"> - Educación - Seguridad - Salud - Empleo - Creencias
		Factores tecnológicos		<ul style="list-style-type: none"> - Mercadeo - Producto - Competidores
		Factores geográficos		<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación geográfica - Capacidad técnica - Facilidades físicas - Nivel tecnológico

Cuadro N° 3 Sistematización de Variables.

Fuente Autores (2017).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología está compuesta por una serie de pasos para alcanzar una meta. De este modo, los métodos de investigación describirían los pasos para alcanzar el fin de la investigación. Estos métodos o pasos determinarían como se recogen los datos y como se analizan, lo cual llevará a las conclusiones; por lo que podemos acotar que todo trabajo de investigación debe abordar aspectos que son fundamentales al momento de su realización.

Arias (2006), define la metodología del proyecto como aquella que incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el cómo se realizara el estudio para responder al problema planteado. En este capítulo se desarrollan los aspectos relacionados con: el nivel de investigación, el diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, población y muestra, fuentes de investigación, técnicas de procedimientos y análisis de datos, interpretación y presentación del informe final.

Tamayo y Tamayo (2003), por su parte lo define como un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento, dicho conocimiento se adquiere para relacionarlo con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados.

3.1.- Nivel de la Investigación

Arias (2006), señala que el nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio, según el nivel de investigación se clasifica en:

- Investigación exploratoria: es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.
- Investigación descriptiva: consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los

resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

- Investigación explicativa: se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa- efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, la investigación es de nivel descriptivo, ya que el objeto de estudio consistió en realizar un análisis estratégico de la calidad del servicio, tomando en cuenta los elementos internos y externos aplicados en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A; a través de la descripción exacta de la manera en que afectan estos elementos a la calidad en el servicio y se observo de manera directa como los trabajadores realizaban sus funciones, al igual que su meta fue la predicción e identificación de la relación que existe entre dos o mas variables.

De esta manera, a través de este nivel investigativo se recoge toda la información pertinente y necesaria para el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa DIPESCA, C.A; con la finalidad de evidenciar la importancia del estudio o análisis de las estrategias para la optima calidad en el servicio por medio de los distintos elementos a estudiar pertenecientes al objeto de estudio.

3.2.- Diseño de la Investigación

Arias (2006), lo define como la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en:

- Investigación documental: es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.
- Investigación de campo: es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los

hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

- Investigación experimental: es un proceso que consiste en someter a un objeto o grupo de individuos a determinadas condiciones, estímulos o tratamiento (variable independiente), para observar los efectos o reacciones que se producen (variable dependiente).

En la investigación se tomó como base la investigación documental y la de campo, ya que se da por medio de la observación directa de los trabajadores que laboran en la empresa DIPESCA, C.A; evidenciando el desempeño de los trabajadores en las distintas áreas de la organización, y por consiguiente esta presente la documental para la interpretación, registro de los hechos y el análisis estratégico de la calidad en el servicio.

3.3.- Población y Muestra

Arias (2006), establece que la población reviste de mucha importancia para la investigación, ya que a través de ella se podrán obtener los datos necesarios para la realización de los análisis respectivos, y la define como que es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

La muestra constituye una cantidad representativa de la población. Ahora, por ser la población del objeto de estudio (el personal que labora en la empresa Distribuidora de Pescado, DIPESCA, C.A) finita y manejable, que a juicio de Arias (2006), es una agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. En esta investigación no se requirió muestra, ya que, al respecto, Selltez (2000), recomienda que cuando la población es menor a 90 individuos se seleccionarán a todos para garantizar la homogeneidad y consistencia de los resultados. Por consiguiente, la población considerada en esta investigación está conformada por catorce (14) personas, las cuales forman parte del grupo de trabajadores que integran de forma general la empresa DIPESCA, C.A.

3.4.- Técnicas, estrategias y procedimientos para la obtención, análisis e interpretación y presentación de la información.

Arias (2006), establece que la técnica es el proceso o forma particular de obtener datos o información, mientras que el instrumento es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. De acuerdo a esta información, se afirma que existen diferentes técnicas o estrategias para la recolección de la información en una investigación, entre las que se pueden nombrar la observación, que consiste en una visualizar en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la realidad del hecho investigado, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos; la encuesta, a través de la cual se pretende obtener información suministrada por un grupo o muestra de individuos acerca de si mismos o en relación con un tema en particular, la entrevista, que es un dialogo cara a cara, entre el entrevistador y el entrevistado sobre un tema predeterminado, de tal manera que el investigador pueda recolectar la información que necesite.

De acuerdo a las técnicas de recolección de información utilizadas para la obtención de la misma en este caso en relación con el tipo de investigación descriptiva fue la observación directa, la encuesta y la entrevista, que son los instrumentos que se pretende utilizar para obtener dicha información que permitan observar y obtener los procedimientos empleados que los trabajadores aportaron por medio del cuestionario.

Las técnicas de procesamiento y análisis de información constituyen las formas en que se trató la información recopilada durante la investigación durante la investigación, y se presentan de tal manera que transmitan lo que el investigador quiso. Ahora bien toda la información que obtenida, en la empresa Distribuidora de Pescado, C.A DPESCA, C.A; se mostró mediante un análisis-síntesis empleados para descifrar los datos recolectados y proceder a realizar el informe final.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO SUCRE ESTADO SUCRE.

4.1.- Elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio.

Dentro de las organizaciones existen elementos internos que permiten fijar las fortalezas y debilidades de la misma, realizando un estudio que permita conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente; además estos elementos se consideran como todos aquellos factores que pueden ser controlables dentro de la empresa como pueden ser su organización, su publicidad, sus sistemas de distribución, entre otros.

- Aspectos Generales

A los efectos de lo que se refiere los aspectos generales que se tomaron en cuenta en la recolección de la información del presente trabajo de investigación va a estar representado por la misión, la visión, los objetivos y las funciones que sirvieron como apoyo para realizar un análisis de la situación interna de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.

- Misión. La misión se define por Serna (2011), como la formulación explícita de los propósitos de la organización o de un área funcional, así como la identificación de sus tareas y los actores participantes en el logro de los objetivos de la organización. De allí que cuando se les consultó a los encuestados acerca de si en la en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A existe una misión, si se encuentra planteada por escrito, al igual de si es conocida y compartida por todos sus miembros y de igual forma si las labores de dicha empresa se encuentran orientada con la misión; el 100% de los encuestados opinó de manera afirmativa. Así mismo al indagar si la misión de la empresa posee elementos relativos a la calidad del servicio el resultado obtenido fue que un 100% de los encuestados revelaron que Sí. Lo que representa a través de los resultados obtenidos que todos los miembros de la empresa Distribuidora de Pescado

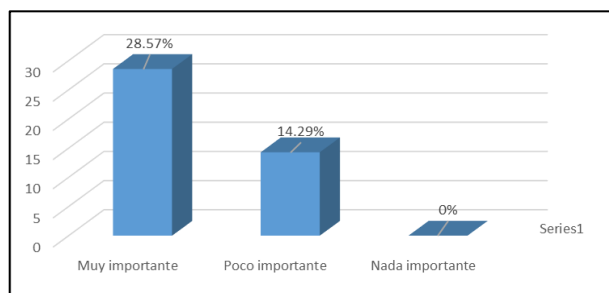
DIPESCA, C.A tienen claro cual es la misión de la misma, así como cual es el fin o la razón de ser de la empresa, para que existe y cuales son sus funciones; lo que ayuda a poder alcanzar sus objetivos o metas planteadas por medio de sus funciones.

- **Visión.** La visión se define por Serna (2011), como la declaración amplia y suficiente de dónde se quiere que esté una empresa dentro de 3 a 5 años. La visión no debe expresarse en números, debe ser comprometedor y motivador de tal manera que estimule y promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización. En relación a cuando se preguntó si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A existe una visión, si se encuentra plateada por escrito, de la misma forma de si es conocida y compartida por todos los miembros y si las labores de la empresa están orientadas en función de la visión el resultado obtenido fue que un 100% respondió afirmativamente. De igual manera que al indagar si la empresa posee elementos relativos a la calidad del servicio el resultado que arrojó fue que un 100% de los encuestados revelaron que si. Esto demuestra que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A está en sus capacidades máximas en cuanto a su visión ya que la misma esta claramente establecida por todos sus miembros, lo que proyecta la importancia de la visión en la empresa, ya que la misma se encuentra dirigida al futuro.

- **Objetivos.** Los objetivos se definen por Rebolledo (2007), como los resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar. En lo que se refiere a si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A están claramente establecidos los objetivos el resultado obtenido fue que un 100% respondió de forma afirmativa. De la misma manera que si los objetivos se encuentran acorde con los elementos de la calidad del servicio lo que arrojó como resultado que un 100% de los encuestados respondieron que Sí. Así mismo que al indagar si la empresa realiza análisis estratégicos que le permitan alcanzar los objetivos de la organización lo que proporcionó como resultado que un 100% respondieron de manera afirmativa. Esto refleja que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A tiene objetivos claramente establecidos, al igual que posee objetivos que están acorde y tienen una amplia relación con los elementos de la calidad del servicio, además de que se puede contar que la misma realiza análisis estratégicos que le permiten formular e implantar eficazmente las estrategias. Así mismo de que los miembros de la empresa tienen claramente establecidos cuales son los objetivos que desean alcanzar y desempeñar.

- Funciones. Con respecto a los resultados obtenidos en cuanto a si los miembros de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A tienen claramente establecidas las funciones relacionadas con el cargo que ocupan el 100% de los encuestados respondió afirmativamente. De igual forma se indagó sobre que tan importantes son las funciones que cumplen en la empresa cada uno para lo cual el resultado obtenido fue 28,57% arrojó que muy importante y el 14,29% respondió que poco importante, lo que representa que el 28,57% de los miembros de la empresa consideran que son muy importantes las funciones que cumplen en ella, y esto permite tener un sentido de pertenencia y responsabilidad en la realización de cada una de sus funciones. (Gráfico N° 1).

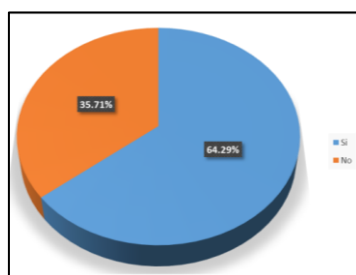
Gráfico N° 1 ¿Qué tan importante son las funciones que cumple en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017.

- Manual de Sistemas y Procedimientos. A los efectos de lo que refiere a si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A cuenta con un manual de sistemas y procedimientos el 64,29% respondió Si que la empresa cuenta con un manual de sistemas y procedimientos y el 35,71% restante respondió lo contrario (Gráfico N° 2).

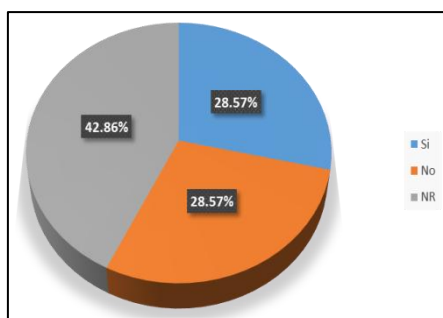
Gráfico N°2 ¿Cuenta la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre con un manual de sistemas y procedimientos?



Fuente: Autoras 2017.

De igual forma en lo concerniente a si se conoce todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A el resultado obtenido fue que de una población de 14 encuestados, 4 trabajadores respondieron Sí representado el 28,57%, 4 respondieron No, representando el 28,57% y el 42,86% restante No Respondió (Gráfico N° 3).

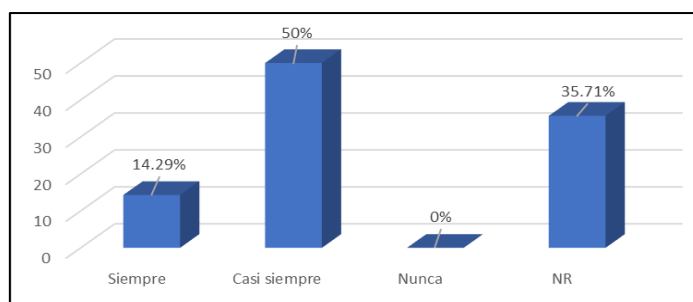
Gráfico N° 3 ¿Conoce usted todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017.

Así mismo, cuando se consultó con que frecuencia se aplica todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A arrojó como resultado que el 14,29% manifestó Siempre, el 50% expresó Casi Siempre, quedando el 35,71% como que No respondió (Gráfico N° 4).

Gráfico N° 4 ¿Con qué frecuencia aplica usted todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto sucre, estado Sucre?



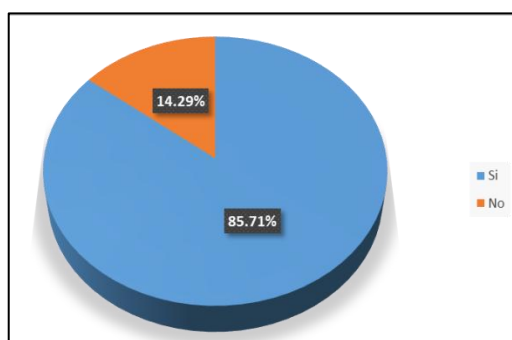
Fuente: Autoras 2017.

A través de los resultados obtenidos se puede dar evidencia que en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A si cuenta con un manual de sistemas y procedimientos, el cual permite realizar de mejor manera los procedimientos para el

correcto funcionamiento de la misma, así como también este es conocido por una gran parte de la empresa y se aplica casi siempre o frecuentemente.

- Capacitación. En lo que respecta si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A ofrece capacitación para laborar el 85,71% respondió afirmativamente y el 14,29% restante expresó lo contrario (Gráfico N° 5).

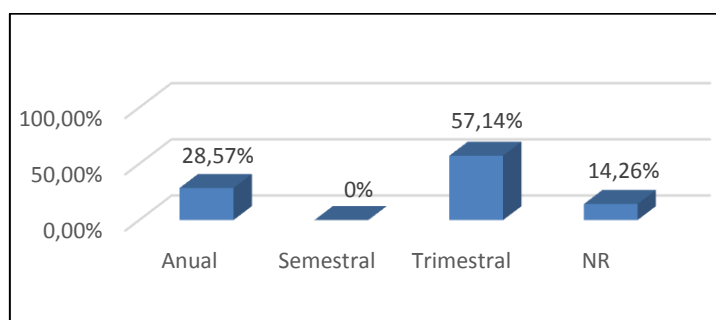
Gráfico N° 5 ¿Se le ofrece a usted capacitación para laborar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017.

Ahora bien cuando se indagó sobre cada cuánto tiempo la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A capacita al personal que labora en ella, el resultado obtenido arrojó que el 57,14% respondió Trimestral, el 28,57% Anual y el 14,26% No Respondió (Gráfico N° 6).

Gráfico N° 6 ¿Cada cuánto tiempo la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto sucre, estado Sucre capacita al personal que labora en ella?



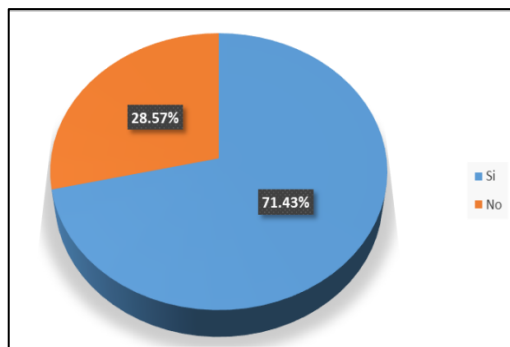
Fuentes: Autoras 2017.

En cuanto a los resultados obtenidos se puede evidenciar claramente que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A ofrece capacitación al personal que

labora en ella trimestralmente, ayudando así de manera positiva al desarrollo y al logro de los objetivos de la misma.

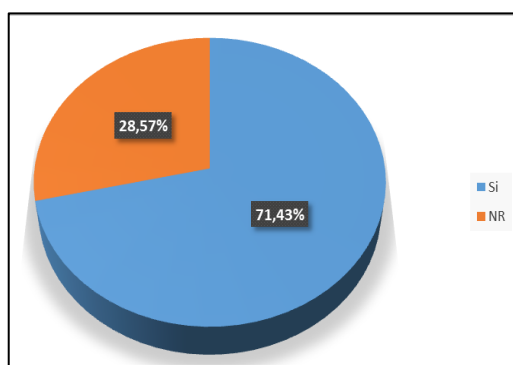
- Medición de la calidad. La medición de la calidad se define por Gómez (1986), como el estudio y medición de las características de los servicios que se pueden clasificar, en tres grupos; las que son de una forma ponderable, las que se pueden apreciar por los sentidos y las representadas por actitudes y comportamientos evaluables, los cuales sirvieron como apoyo para medir la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- Ponderación del servicio. A los efectos de lo que se refiere a la ponderación del servicio los aspectos que se tomaron en cuenta en la recolección de la información del presente trabajo de investigación fueron; la demora y puntualidad, los extravíos y errores u omisiones, la aceptabilidad y las pérdidas definitivas y precios, que sirvieron como apoyo para realizar un análisis de la situación interna de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- o Demora y Puntualidad. Con respecto a lo referente si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A la información de los servicios ofrecidos, es puntual y sin demoras, el resultado obtenido fue 71,43 % dijo Sí y el 28,57 % dijo No (Gráfico N° 7). Así mismo cuando se interrogó sobre si los servicios que brinda actualmente la empresa llegan a sus clientes de forma puntual, de los 14 encuestados, 10 trabajadores respondieron que Sí, representando un 71,43% y el resto No Respondió (Gráfico N° 8). De igual forma al indagar si la empresa posee un medio interno de comunicación interno eficiente, 10 de los trabajadores respondieron que Sí representando esto un 71,43% y el resto No Respondió (Gráfico N° 9).

Gráfico N° 7 ¿Cree usted que en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre la información de los servicios ofrecidos, es puntual y sin demoras?



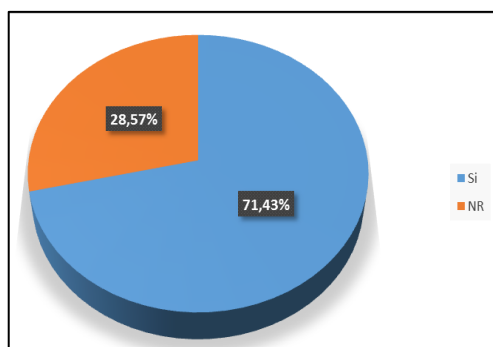
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 8 ¿Cree usted que los servicios que brinda actualmente la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto Sucre, estado Sucre llegan a sus clientes de forma puntual?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 9 ¿Cree usted que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A, Puerto Sucre, estado Sucre posee un medio de comunicación interno eficiente?

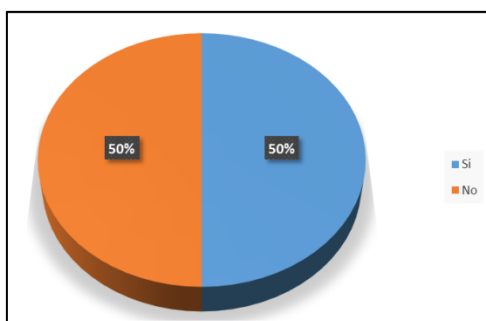


Fuente: Autoras 2017.

Es así como los resultados obtenidos evidencian que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A la información suministrada de los servicios ofrecidos, es puntual y sin demoras, además de que los mismos llegan a sus clientes de forma puntual y esto se da porque en ella existe un medio de comunicación interno eficiente.

- Extravíos, Errores u Omisiones. En relación a si en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A los servicios que ofrece se realizan sin extravíos, errores u omisiones, el 50% de los encuestados respondió afirmativamente y el otro 50% respondió lo contrario (Gráfico N° 10). Al igual que si la empresa es eficiente en cuanto al procesamiento de sus productos el resultado fue que el 100% respondió que Sí.

Gráfico N° 10 ¿Considera usted que en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre los servicios que ofrece, se realizan sin extravíos, errores u omisiones?



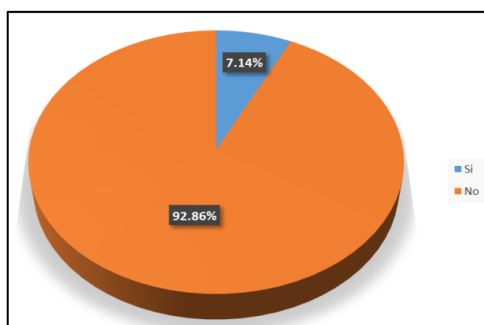
Fuente: Autoras 2017.

El 50% de los servicios que ofrece la empresa es sin extravíos u omisiones. Es por esto que el resultado obtenido permite evidenciar que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es eficiente en cuanto al procesamiento de sus productos ya que lo hace de la manera adecuada y correcta, los servicios que presta se realizan en ocasiones sin extravíos, errores u omisiones y algunas veces si se aplica lo contrario.

- Aceptabilidad. En cuanto se consultó si el servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es de aceptación por sus clientes el 100% respondió de manera afirmativa. De la misma manera que al indagar si el producto que ofrece la empresa cumple con los requisitos necesarios para ser aceptado por los clientes el 100% de los encuestados respondió que Sí. Dejando esto como resultado que la empresa posee una aceptación máxima por todos sus clientes, ya que la misma cumple con todos los requisitos necesarios establecidos por sus clientes.

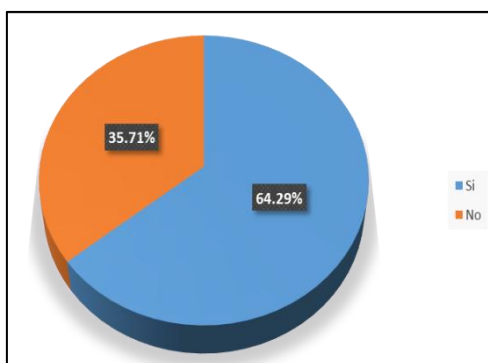
- Pérdidas definitivas y precios. Con respecto a si las pérdidas definitivas en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A son por causa de los costos de los servicios que ofrece; el 92,86% respondió de manera negativa y un 7,14% respondió lo contrario (Gráfico N° 11). Así mismo que al examinar si los precios de los servicios que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A son accesibles para los clientes el 64,29% respondió que Sí y el 35,71% respondió que No (Gráfico N° 12).

Gráfico N° 11 ¿Cree usted que las pérdidas definitivas en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son causas de los costos de los servicios que ofrece?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 12 ¿Cree Usted que los precios de los servicios que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son accesibles para los clientes?

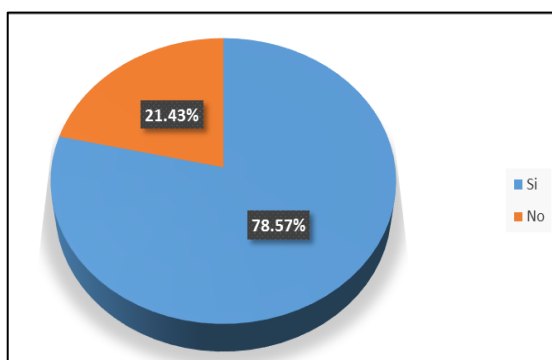


Fuente: Autoras 2017.

Esto significa que las perdidas definitivas que tiene la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A no son por causa de los costos de los servicios que ofrece, además de que los precios de los servicios son accesibles para sus clientes.

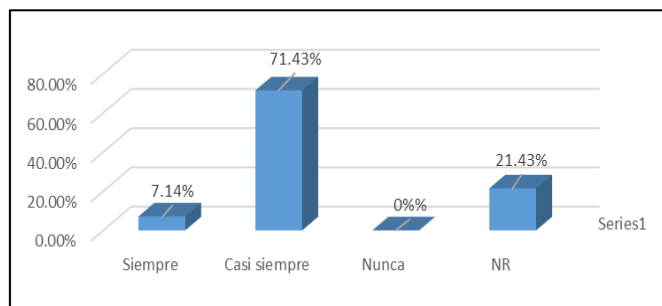
- **Apreciación por los sentidos.** A los efectos de lo que se refiere los aspectos de la apreciación de los sentidos que se tomaron en cuenta en la recolección de la información del presente trabajo de investigación va a estar representado por las reparaciones y curaciones, el disfrute y degustación, la adaptabilidad, los defectos, la satisfacción y comodidad, la conveniencia y el diagnóstico y la exactitud que sirvieron como apoyo para realizar un análisis de la situación interna de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- **Reparaciones y curaciones.** En lo que se refiere a si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A realiza reparaciones y mantenimiento de los equipos; de 14 encuestados, 11 respondieron que Sí representando el 78,57% y los 3 restantes respondieron que No, siendo el 21,43% (Gráfico N° 13). También se consultó con respecto a con que frecuencia en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A realiza mantenimiento y reparación de los equipos lo que arrojó que el 71,43% respondieron Casi Siempre, el 7,14% Siempre y la diferencia el 21,43% No Respondieron (Gráfico N° 14).

Gráfico N° 13 ¿Cree usted que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza reparaciones y mantenimiento de los equipos?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 14 ¿Con que frecuencia en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se realiza mantenimiento y reparación de los equipos?

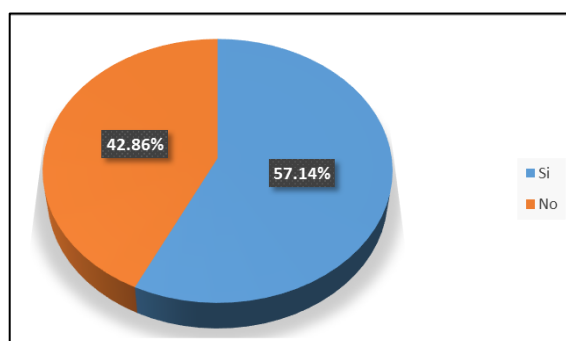


Fuente: Autoras 2017.

Con respecto a los resultados obtenidos se puede evidenciar que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A si realiza reparaciones y mantenimiento a sus equipos y las mismas los hace casi siempre o muy frecuentemente, lo que se considera beneficioso y positivo para la misma.

- Disfrute y degustación. Con respecto a si los clientes disfrutaban del servicio que brinda empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A el 100% de los encuestados respondieron de manera afirmativa. De igual modo que se indagó si actualmente la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A realiza jornadas de degustación de sus productos lo que arrojó que 57,14% respondió que Sí y el 42,86% respondió que No (Gráfico N° 15).

Gráfico N° 15 ¿Actualmente la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza jornadas de degustación de sus productos?

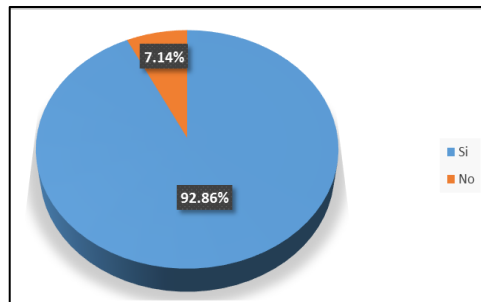


Fuente: Autoras 2017.

El resultado obtenido arrojó que los clientes que posee la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A disfrutaban plenamente del servicio que les brinda la misma a pesar de que esta no realice frecuentemente jornadas de degustación de sus productos.

- Adaptabilidad. Con relación a si el servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se adapta a las necesidades de sus clientes el 92,86% respondió afirmativamente y el 7,14% respondió lo contrario (Gráfico N° 16).

Gráfico N° 16 ¿Cree usted que el servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se adapta a las necesidades de sus clientes?

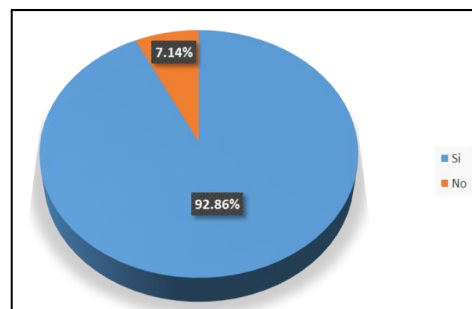


Fuente: Autoras 2017.

Este resultado significa que el servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se adapta a las necesidades de sus clientes de manera muy positiva.

- Defectos. En lo que respecta a si el servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es satisfactorio el 92,86% respondió de manera afirmativa y el 7,14% arrojó lo contrario (Gráfico N° 17).

Gráfico N° 17 ¿Considera usted que el servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es satisfactorio?

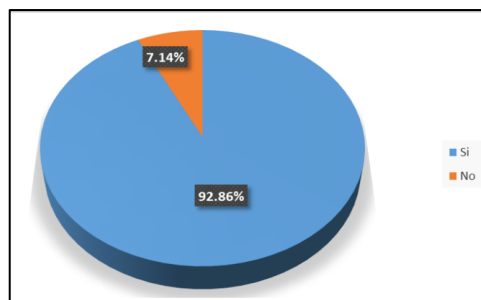


Fuente: Autoras 2017.

A través de el resultado obtenido se pudo evidenciar que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A presta un servicio satisfactorio a todos sus clientes, lo que representa una fortaleza para la misma.

- Satisfacción y comodidad. En relación a si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se toma en cuenta la satisfacción y la comodidad del cliente el 92,86% expresó que Sí y el 7,14% dijo lo contrario (Gráfico N° 18).

Gráfico N° 18 ¿En la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se toma en cuenta la satisfacción y la comodidad del cliente?

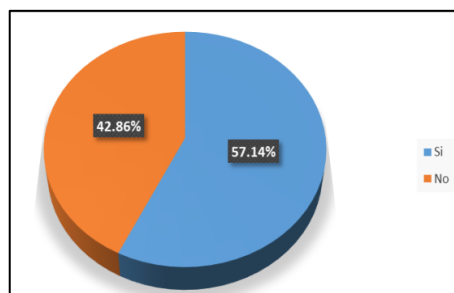


Fuente: Autoras 2017.

Lo que permite evidenciar que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A le da importancia y toma mucho en cuenta lo referente a la satisfacción y la comodidad que se le va a brindar y ofrecer a sus clientes.

- Conveniencia. Se consultó si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A transmite información de provecho para la organización, a través de las redes sociales de 14 encuestados, 8 trabajadores respondieron Sí representando un 57,14% y 6 trabajadores respondieron No siendo el 42,86% (Gráfico N° 19).

Gráfico N° 19 ¿Cree usted que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre transmite información de provecho para la organización, a través de las redes sociales?

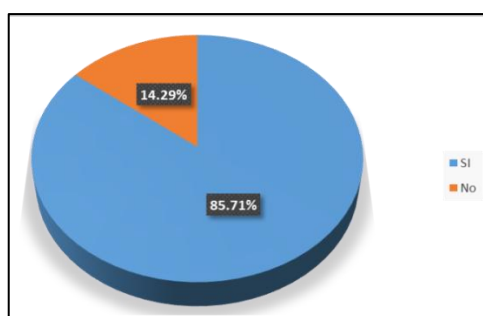


Fuente: Autoras 2017.

Este resultado pudo evidenciar que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A la información que trasmite para la organización a través de sus redes sociales sirve de gran provecho para la misma.

- Diagnóstico y exactitud. Ahora bien en lo que respecta a si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A realiza diagnóstico interno para conocer las debilidades y fortalezas de la organización el 85,71% respondió de forma afirmativa y el 14,29% arrojó lo contrario (Gráfico N° 20).

Gráfico N° 20 ¿Considera usted que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza diagnóstico interno para conocer las debilidades y fortalezas de la organización?



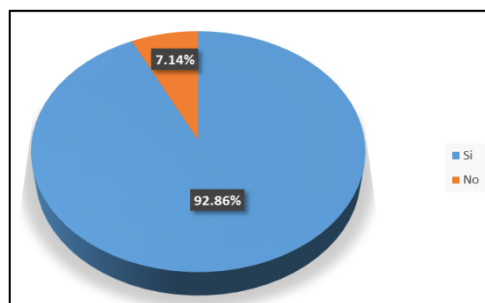
Fuente: Autoras 2017.

El resultado obtenido sirvió para evidenciar de que en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se realizan diagnósticos internos que permiten conocer sus debilidades y fortalezas que sirven para contribuir con el mejor establecimiento de estrategias, así como el cumplimiento de los objetivos.

- Comportamientos y actitudes. A los efectos de lo que se refiere los aspectos generales que se tomaron en cuenta en la recolección de la información del presente trabajo de investigación va a estar representado por la competencia o incompetencia, el profesionalismo, la capacidad y constancia, la educación, trato y amabilidad, la honestidad y confiabilidad, la diligencia y la aceptación y prontitud que sirvieron como apoyo para realizar un análisis de la situación interna de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- Competencia o incompetencia. Cuando se consultó si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A cuenta con un personal competente para el desempeño y

éxito de la organización el resultado obtenido fue del 92,86% afirmativo y el 7,14% dijo lo contrario (Gráfico N° 21).

Gráfico N° 21 ¿Cree usted que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con un personal competente para el desempeño y éxito de la organización?



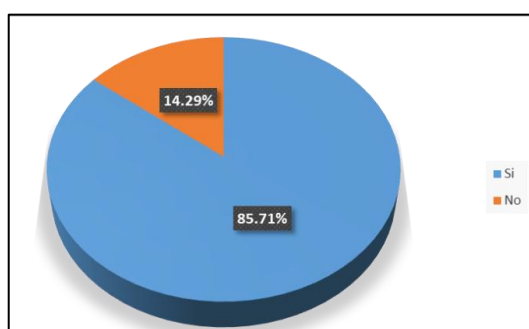
Fuente: Autoras 2017.

Este resultado obtenido significa que la mayoría de los trabajadores que laboran en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A afirmaron que la misma si cuenta con un personal competente para lograr el desempeño y éxito de la organización.

- Profesionalismo. Con respecto a lo relacionado si la información de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se ejerce de forma profesional el resultado obtenido fue que el 100% de los encuestados respondió que Sí. Dando como señal que la información que se maneja en la empresa sus empleados y los miembros que la integran lo realizan con todo el profesionalismo correspondiente.
- Capacidad y constancia. En relación a cuando se consultó si el personal que labora en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A tiene la capacidad necesaria para desarrollar las actividades, el resultado obtenido arrojó que el 100% respondió de manera afirmativa. De igual modo que si el personal de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A llevan a cabo sus labores con constancia para alcanzar las metas propuestas el 100% de los encuestados respondió que Sí. Lo que dio como resultado que la empresa cuenta con un personal que esta en la capacidad de realizar y desarrollar las actividades, las cuales se realizan de forma constante lo que permite alcanzar sus metas u objetivos.

- Educación, trato y amabilidad. Cuando se consultó si la educación del personal que labora en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es la apropiada para desarrollar sus actividades el 100% respondió de forma afirmativa. De la misma manera que si el trato que brinda el personal que labora en la empresa es la apropiada para desarrollar sus actividades el 100% arrojó que Sí. Lo que demuestra que el personal que labora en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A posee una educación apropiada lo que permite desarrollar sus actividades de la mejor manera.
- Honestidad y confiabilidad. Ahora bien cuando se consultó si la labor que desempeña la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A transmite confiabilidad y honestidad a sus clientes el 100% de los encuestados respondieron que Sí. Lo que significa que la empresa trasmite confianza y honestidad en las labores que desempeñan hacia sus clientes.
- Diligencia. En relación a cuando se consultó si ocurre algún imprevisto en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A con respecto a la entrega del servicio que ofrece actúan de forma diligente el resultado obtenido fue que el 85,71% respondió de manera afirmativa y el 14,29% arrojó lo contrario (Gráfico N° 22).

Gráfico N° 22 ¿Cuando ocurre algún imprevisto en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre con respecto a la entrega del servicio que ofrece actúan de forma diligente?



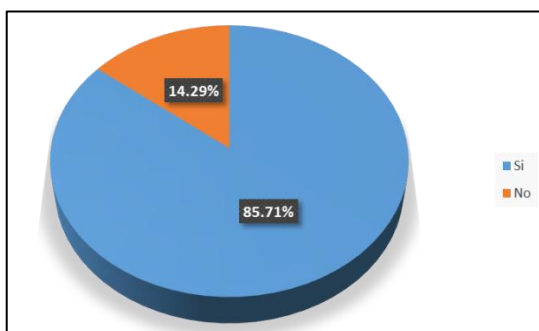
Fuente: Autoras 2017.

Este resultado demuestra que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se encuentra en sus capacidades máximas de responder y resolver de manera rápida

y eficiente al momento que ocurra algún imprevisto con respecto a la entrega del servicio que la misma ofrece.

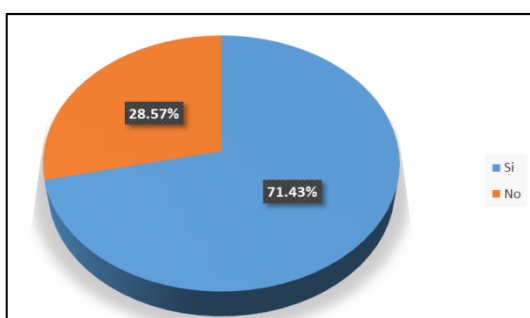
- Atención y prontitud. En relación a los aspectos referentes a si la atención que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es eficiente el resultado que arrojó fue que el 85,71% respondió Sí y el 14,29% restante dijo que No (Gráfico N° 23). Así mismo que al indagar si la empresa da respuesta a sus clientes con prontitud el 71,43% dijo que Sí y el 28,57 dijo que No (Gráfico N° 24).

Gráfico N° 23 ¿Considera usted que la atención que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es eficiente?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 24 ¿Considera usted que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre da respuesta a sus clientes con prontitud?

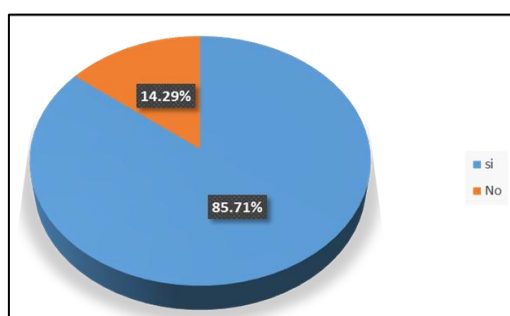


Fuente: Autoras 2017.

Dando muestra de esto que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A brinda una atención de forma eficiente, lo que ayuda a mantener en alto la relación y comunicación con sus clientes, de igual forma esto se logra por medio de que la misma da respuesta con prontitud a las inquietudes y dudas de sus clientes.

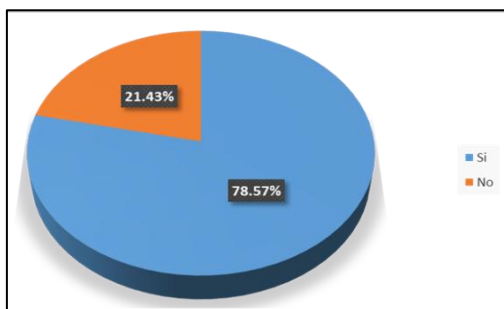
- Criterios para evaluar el servicio. Los criterios para evaluar el servicio lo define Cuatrecasas (2005), como que los servicios tienen sus propios criterios de evaluación y en ello, como en ningún otro caso, cuentan los requisitos o expectativas que utiliza el cliente para juzgar el servicio. En esta investigación va a estar representado por los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente que se encuentran presentes en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- Elementos tangibles. A los efectos de lo que se refiere los aspectos de los elementos tangibles que se tomaron en cuenta en la recolección de la información del presente trabajo de investigación va a estar representado por la apariencia de las instalaciones, el personal y los medios de comunicación que sirvieron como apoyo para realizar un análisis de la situación interna de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- o Apariencia de las instalaciones físicas, equipos y oficina. Cuando se consultó si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A contaba con instalaciones adecuadas para desarrollar sus actividades el resultado obtenido fue que un total de 12 trabajadores respondieron que Sí representando esto un 85,71% mientras que un 14,29% dijo que No (Gráfico N° 25). También cuando se preguntó que si las oficinas se encuentran dotadas con equipos necesarios para poder desempeñar sus labores; el 78,57% respondió que si; caso contrario el 21,43% manifestó que no (Gráfico N°26).

Gráfico N° 25 ¿La empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A cuenta con instalaciones adecuadas para desarrollar sus actividades?



Fuentes: Autoras 2017.

Gráfico N° 26 ¿Las oficinas de empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se encuentran dotadas con equipos necesarios para poder desempeñar sus labores?

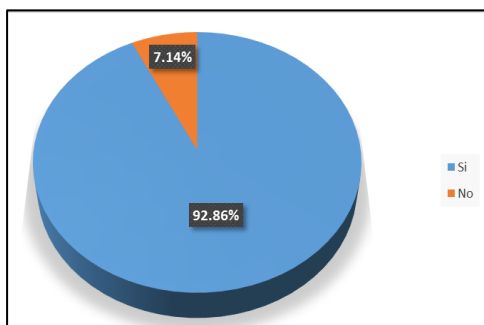


Fuentes: Autoras 2017.

Dicho estudio hace notar que la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, CA si cuenta con las instalaciones adecuadas así como de equipos necesarios que harán que los trabajadores realicen su trabajo de manera eficiente y sin ningún tipo de inconvenientes a la hora de desempeñar sus labores diarias.

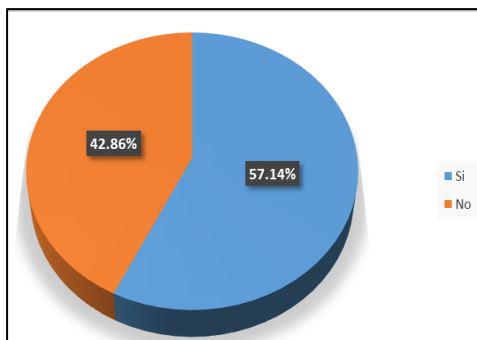
- Personal y medios de comunicación. Al indagar si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se utiliza la telefonía fija como medio de comunicación interna los encuestados respondieron con un 92,86% de manera afirmativa y un 7,14% negativamente (Gráfico N° 27). Al igual que se interrogó si el personal cuenta con una telefonía móvil como medio de comunicación interna los resultados que se obtuvieron fueron 57,14% dijeron que si y un 42,86% que no (Gráfico N°28).

Gráfico N° 27 ¿En la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se utiliza la telefonía fija como medio de comunicación interna?



Fuentes: Autoras 2017.

Gráfico N° 28 ¿El personal de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con una telefonía móvil como medio de comunicación interna?

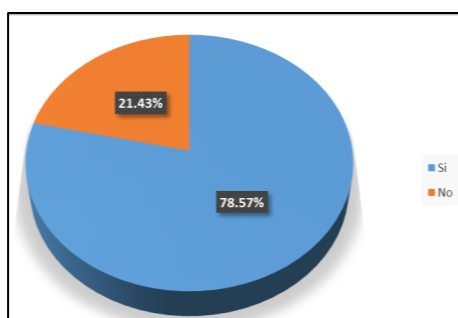


Fuentes: Autoras 2017.

Como resultado de dichas interrogantes se afirma que en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, si se utiliza telefonía fija y que además el personal cuenta con telefonía móvil como medio de comunicación interna, esto con el propósito de ayudar a tener una comunicación más rápida entre los mismos y de favorecer su localización inmediata.

- Fiabilidad. La fiabilidad se define como la habilidad del proveedor para realizar el servicio promedio de forma fiable y adecuada.
- o Habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada. Cuando se preguntó si en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada, arrojó que 78,57% respondió que sí y un 21,43% que no (Gráfico N° 29).

Gráfico N° 29 ¿En la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada?



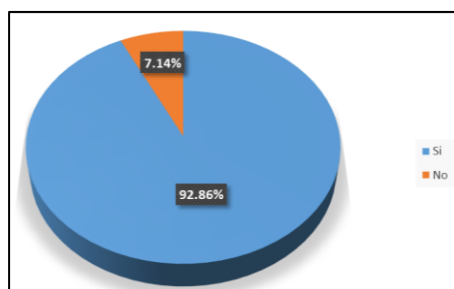
Fuentes: Autoras 2017.

Dando como resultado que si se toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada, es decir el proveedor debe inspirar confianza y seguridad y de esta manera ofrecer un buen servicio a sus clientes y atraer su atención.

- Profesionalismo. El profesionalismo es definido como la posesión de las capacidades requeridas y conocimiento de la realización del servicio.
- o Posesión de las capacidades requeridas. En relación a si los empleados de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A cuentan con las competencias y capacidades requeridas los 14 trabajadores encuestados respondieron que si dando como resultado un 100%. Dejando claro que dichos trabajadores si están altamente capacitados y con los conocimientos necesarios para desempeñar sus actividades de manera eficiente y segura.
- o Conocimiento de la realización del servicio. Cuando se interrogo si a la hora de realizar un servicio la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A tiene conocimiento de ello el 100% de los entrevistados respondieron que sí. Lo cual indica que la empresa si tiene conocimiento total del servicio que realiza es decir, que no tienen desconocimiento alguno del servicio que puedan brindar a sus clientes.
- Cortesía. La cortesía es definida como la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal que trata el cliente.
- o Atención y consideración. Cuando se indago si la atención de los empleados de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A hacia los clientes que requieren sus servicios es de manera considerada un 100% respondió de manera afirmativa. Es decir que los miembros de la organización prestan una atención a sus clientes de consideración a la hora de ofrecer sus servicios dando como resultado confianza y lealtad hacia la empresa.

- Respeto y amabilidad del personal que trata el cliente. Cuando se preguntó si el trato del personal de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A hacia los clientes es con respeto y amabilidad el 100% dijo que sí. El resultado obtenido demuestra que el personal que labora en la empresa tiene un trato con sus clientes de respeto y amabilidad el cual es importante para el cliente que busca un buen servicio.
- Credibilidad. La credibilidad es definida como la veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee en la empresa.
- Veracidad. Se interrogó con relación al servicio que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se presta con veracidad y un 92,86% respondieron que Sí por otra parte un 7,14% dijo que No (Grafico N° 30).

Gráfico N° 30 ¿El servicio que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se presta con veracidad?



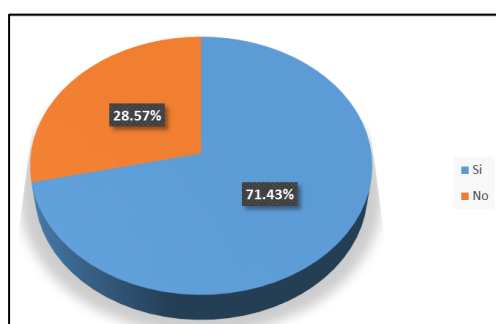
Fuentes: Autoras 2017.

El resultado obtenido arrojó que el servicio que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, si se presta con veracidad es decir, que la empresa a la hora de otorgar sus servicios lo hace sin ocultar o mentir a sus clientes información siempre con la verdad y de esta manera generar confianza entre los mismos.

- Creencia y honestidad en el servicio que se prevé. Se interrogó sobre si existía creencia y honestidad por parte de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, en el servicio a sus clientes y el 100% respondió que sí. Lo cual demuestra que si existe honestidad y creencia en el servicio que ofrece a sus clientes.

- Seguridad. La seguridad va a estar representada por la inexistencia de peligros, riesgos o dudas presentes en la empresa.
- o Inexistencia de peligros y riesgos o dudas. Se preguntó si existen peligros o riesgos significativos dentro la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A y los resultados que se obtuvieron fue que un 71,43% respondió afirmativamente y un 28,57% de forma negativa (Gráfico N° 31).

Gráfico N° 31 ¿Existen peligros o riesgos significativos dentro la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

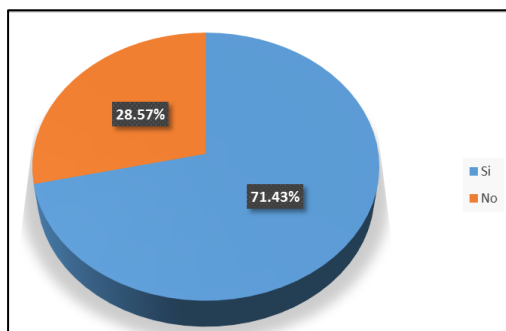


Fuentes: Autoras 2017.

Lo cual indica que si existen peligros significativos en la empresa dejando en evidencia la cantidad de riesgos que viven a diario los trabajadores en cuanto a la seguridad industrial y las distintas contingencias que se puedan presentar.

- Accesibilidad. La accesibilidad se define como la capacidad de un servicio de ser accesible y tener facilidad para establecer contacto.
- o Capacidad de un servicio de ser accesible. Se indago de si los servicios que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, son accesibles a sus clientes los encuestados manifestaron con un 71,43% que si y un 28,57% que no (Gráfico N° 32).

Gráfico N° 32 ¿Los servicios que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son accesibles a sus clientes?

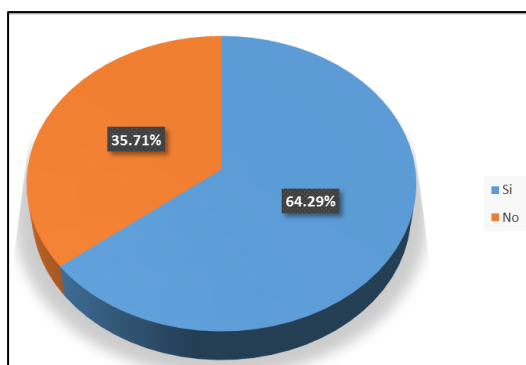


Fuentes: Autoras 2017.

Dando como resultado que los servicios que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, son accesibles a sus clientes dándoles la oportunidad a los mismos de tener facilidad de disfrutar del servicio que la empresa ofrece.

- Facilidad para establecer contacto. Se preguntó si es fácil establecer contacto con la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, a la hora de solicitar un servicio los encuestados respondieron un 64,29% que sí y un 35,71% que no (Gráfico N° 33).

Gráfico N° 33 ¿Es fácil establecer contacto con la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre a la hora de solicitar un servicio?

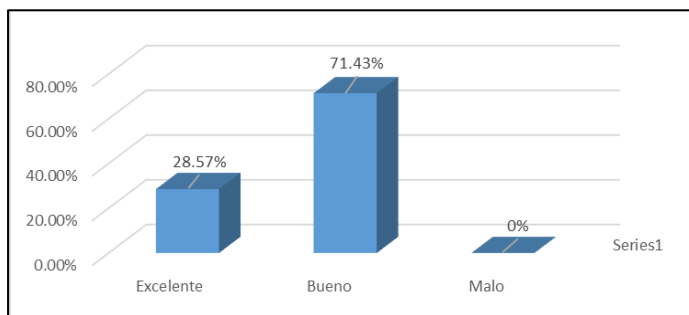


Fuentes: Autoras 2017.

Esto indica que si es fácil establecer contacto con la empresa al momento de solicitar el servicio, debido a que la misma posee una atención adecuada y de pronta respuesta a sus clientes.

- Comunicación. La comunicación se define como mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como saber escucharlos.
- Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender. Se interrogó sobre si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, utiliza un lenguaje apropiado el 100% de los encuestados respondieron que sí. Dando como resultado que el lenguaje que utilizan para informar a sus clientes si es el apropiado.
- Saber escuchar. Se indagó si la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A escucha a sus clientes y el 100% respondió de manera afirmativa. Quiere decir que la empresa toma en consideración lo que sus clientes les indica a la hora de dar una opinión o de acceder al servicio que esta ofrece y de dar sugerencias.
- Dimensión de la calidad del servicio. La dimensión de la calidad del servicio según Gronroos (1994), se divide en tres dimensiones, que van estar representadas por la calidad técnica, calidad funcional y la imagen corporativa, estas fueron las variables que se utilizaron para realizar el análisis de la dimensión de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.
- Calidad técnica. La calidad técnica viene a ser toda aquella que involucra a lo que el cliente está recibiendo del proveedor. Esto puede ser medido por parte del cliente en una manera objetiva.
- Relación cliente-proveedor. Se preguntó cómo considera la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, el servicio de sus proveedores y un 28,57% respondió excelente, 71,43% dijeron que bueno (Gráfico N° 34).

Gráfico N° 34 ¿Cómo considera la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A el servicio que prestan sus proveedores?

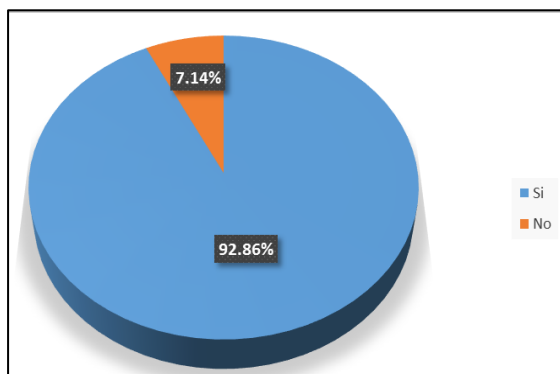


Fuentes: Autoras 2017.

En la gráfica se observa que la empresa considera el servicio que prestan los proveedores como buenos debido a que estos le otorgan un servicio rápido y de confianza a la empresa.

- Calidad funcional. La calidad funcional se define como aquella que involucra la manera en que el servicio es entregado. Esto se refiere a la interacción psicológica entre el comprador y el proveedor.
- o Actitud y comportamiento de los empleados. Cuando se preguntó si la atención que presta la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, es realizada con buena actitud y buen comportamiento el 100% de los encuestados respondieron que sí. Es decir, que la empresa se preocupa por prestar un buen servicio a sus clientes a la hora de ofrecer sus servicios.
- o Acercamiento del personal de Servicio. Se interrogó si el acercamiento del personal de servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, era óptimo un 92,86% respondió de manera afirmativa y un 7,14% de forma negativa (Gráfico N° 35).

Gráfico N° 35 ¿Cree usted que el acercamiento o interacción entre el personal de servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es óptimo?

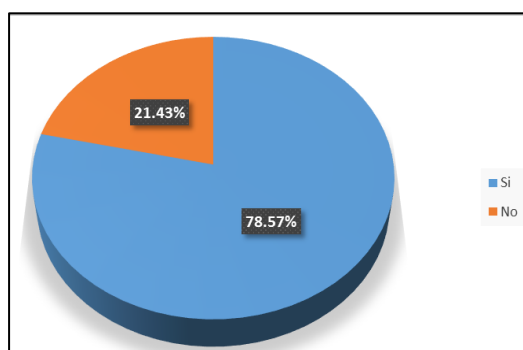


Fuentes: Autoras 2017.

Lo cual indica que el acercamiento e interacción entre el personal de servicio si es óptimo, dando evidencia que las labores que estos realizan se hacen de manera coordinada y trabajando en equipo para cumplir con los objetivos que se ha propuesto la empresa.

- Accesibilidad al servicio. Se averiguó si los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, estos respondieron 78,57% dijo que si y un 21,43% que no (Gráfico N° 36).

Gráfico N° 36 ¿Los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?

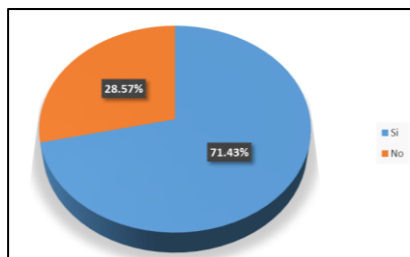


Fuentes: Autoras 2017.

Dichos resultados arrojaron que los clientes si tienen accesibilidad al servicio que presta la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A ya que fácilmente y sin inconvenientes pueden recibir dicho servicio.

- Apariencia del personal. Cuando se preguntó si el personal que labora en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, tiene buena apariencia estos dijeron con un 71,43% afirmativamente y un 28,57% que No (Gráfico N° 37).

Gráfico N° 37 ¿Los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



Fuentes: Autoras 2017.

Los resultados obtenidos hacen notar que el personal que labora en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A si tiene buena apariencia es decir que cumplen con las normas establecidas por la empresa.

- Relación entre los empleados y el cliente. Se interrogó si la relación entre los empleados y clientes de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A es importante estos respondieron con un 100% que sí. Debido a que tiene que existir un buen trato entre los mismos para mantener la fidelidad con la empresa.
- Imagen corporativa. La imagen corporativa se define como la dimensión de la calidad que resulta de cómo los clientes perciben a la empresa y se espera que sea construida principalmente por la dimensión técnica de la calidad ya que afecta la percepción del servicio por parte del cliente.
- Como perciben la empresa los clientes. Se indagó si los clientes tienen una buena imagen de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, un 100% respondió que sí. Lo que da como resultado que la empresa ante sus clientes les proporciona confianza.

Con respecto a los resultados obtenidos se evidencia que la devaluación de la moneda y su pérdida de valor en el tiempo y las políticas cambiarias afectan en gran magnitud la calidad del servicio que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.

4.2.- Elementos externos que afectan la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.

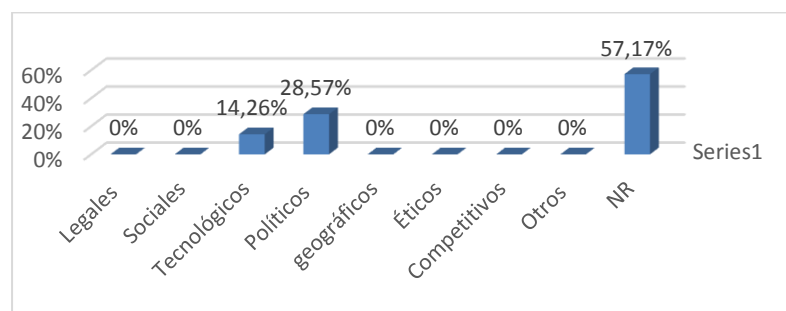
El diagnóstico externo es el proceso de identificar las oportunidades y amenazas de la organización en el entorno. Los elementos externos o entorno donde la organización desempeña sus actividades diarias, dichos factores son los siguientes: políticos, legales, sociales, tecnológicos, geográficos, entre otros.

- Aspectos Generales

Los aspectos generales que se tomaron en cuenta en esta investigación están representados por los factores económicos, aspectos sociales, aspectos políticos y legales, aspectos tecnológicos y aspectos geográficos que sirven de apoyo para realizar un análisis externo de la situación de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.

- Factores económicos. Es definido por Serna (2011), como las oportunidades y amenazas; los aspectos económicos que inciden directamente en la calidad del servicio de la empresa se recopilan a través del comportamiento de la economía. En lo que respecta a cuales elementos del ambiente externo influyen en la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A el 28,57% arrojó que los políticos, un 14,26% los tecnológicos y el restante 57,17% No Respondió (Gráfica N° 38).

Gráfico N° 38 ¿Cuál o cuáles de los elementos del ambiente externo influyen directamente en la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

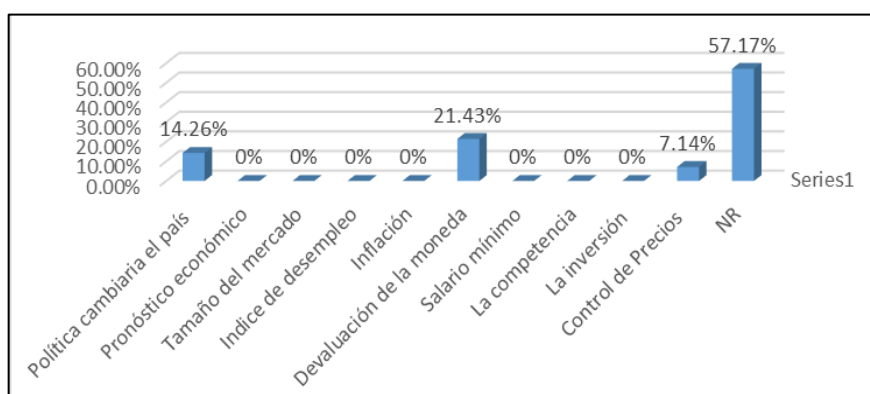


Fuentes: Autoras 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede entender que el elemento del ambiente externo que mas predomina y mas afecta la calidad del servicio de la empresa es el político, seguido de los tecnológicos, lo que representa la importancia de la política en las organizaciones.

- Índice de crecimiento. En relación con el índice de crecimiento se pudo evidenciar que los empleados encuestados afirmaron que en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A el índice de crecimiento incidía en la calidad del servicio en cuanto a la política cambiaria del país en un 14,26%, mientras que el control de precios en un 7,14% y la devaluación de la moneda en un 21,43% el restante representado por un 42,83% No Respondió (Gráfico N°39).

Gráfico N° 39. ¿Cuáles de estos aspectos económicos inciden en la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



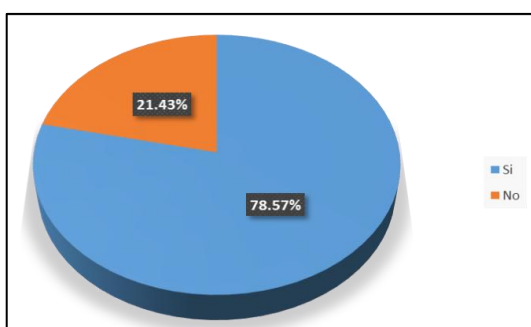
Fuente: Autoras 2017.

De acuerdo a estos resultados se puede evidenciar que los empleados de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A están claramente conscientes de que el índice de crecimiento en relación a la devaluación de la moneda y las políticas cambiarias del país, afectan de manera directa e indirectamente en la calidad del servicio que brinda la empresa.

- Inflación. De acuerdo con Witch (1995), la inflación produce efectos nocivos sobre los ingresos y egresos fiscales. Es un aumento en los precios de forma generalizada y persistente de una economía. Al consultar a los trabajadores de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A si la inflación y el índice de

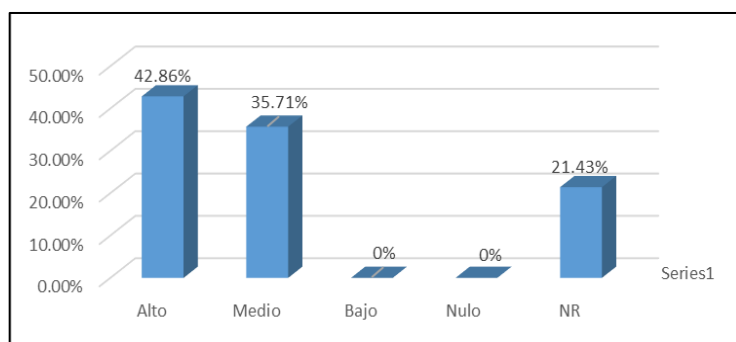
desempleo eran unos de los factores que influían en la calidad del servicio de la misma, el resultado que se obtuvo fue que Sí en un 78,57% y un 21,43% que No (Gráfico N° 40). Mientras que en relación en que grado afecta la inflación y el índice de desempeño a la calidad del servicio los empleados respondieron que un 42,86% un alto grado y medianamente un 35,71% afectaban la calidad del servicio de la empresa, el restante 21,43% No Respondió (Gráfico N° 41).

Gráfico N° 40. ¿Cree usted que la inflación y el índice de desempleo afectan la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017

Gráfico N° 41. ¿En qué grado afecta la inflación y el índice de desempleo la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

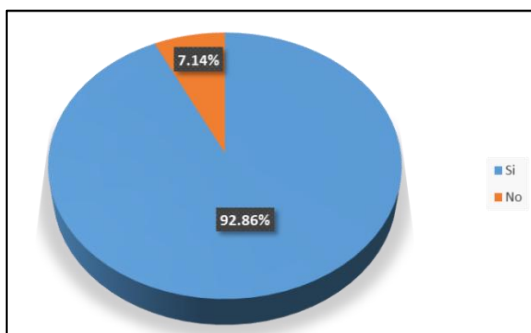


Fuente: Autoras 2017.

De acuerdo a las conversaciones y charlas sostenidas con los empleados de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A en los resultados obtenidos se puede evidenciar que la inflación afecta de manera generalizada y persistente en la economía de la empresa.

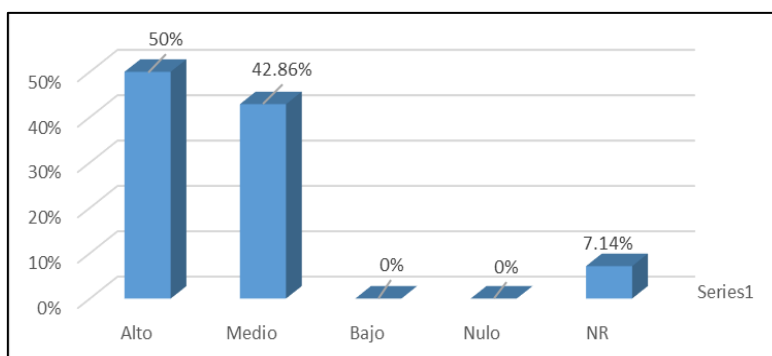
- Devaluación. La devaluación es definida por Suarez (2006), como la disminución o pérdida del valor nominal de una moneda corriente frente a otra extranjera. En relación a la encuesta que se realizó a los empleados de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A en cuanto a si creían que las políticas cambiarias era un aspecto económico que afectaba en gran magnitud la calidad del servicio los trabajadores respondieron que si en un 92,86% y no un 7,14% (Gráfico N° 42). Así mismo mientras que en relación en qué grado afectaban dichas políticas cambiarias, los resultados que arrojó fue que un 50% en un alto grado y un 42,86% en un nivel medio quedando el restante 7,14% que No Respondieron (Gráfico N° 43).

Gráfico N° 42 ¿Cree usted que las políticas cambiarias afectan la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017

Gráfico N° 43. ¿En qué grado afectan las políticas cambiarias la calidad del servicio de empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



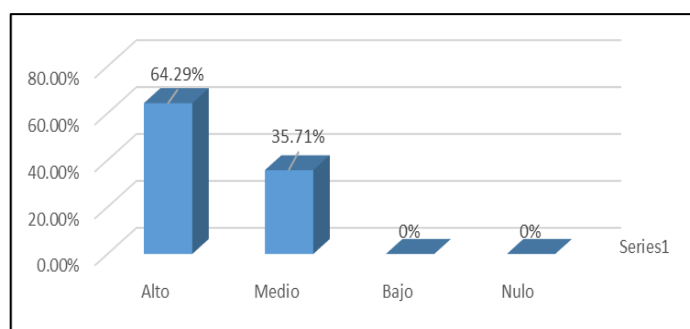
Fuente: Autoras 2017.

Con respecto a los resultados obtenidos se evidencia que la devaluación de la moneda y su pérdida de valor en el tiempo y las políticas cambiarias afectan en gran

magnitud la calidad del servicio que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.

- Ingreso per cápita. Los ingresos Per cápita son definidos por Medrano (2011), como una medida deficiente de la participación de las personas en la renta nacional. El concepto ingreso per cápita es una abstracción estadística. Cuando se consultó a los trabajadores si creían que el ingreso per cápita era una medida económica que afectaba la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A sus respuestas fueron 100% afirmativa. De igual manera que cuando se indagó en que grado afectan estas medidas económicas el resultado obtenido fue que el 64,29% dijo que un alto nivel, el 35,71% un nivel medio (Gráfico N° 44).

Gráfico N° 44. ¿En qué grado afectan las medidas económicas la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017.

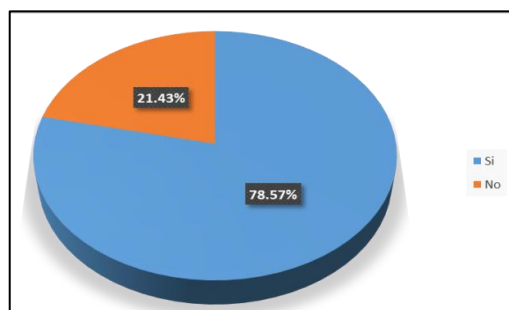
De acuerdo a los resultados obtenidos con respecto a las encuestas realizadas a los empleados la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se puede evidenciar claramente que el ingreso per cápita es una medida económica que afecta sin duda alguna la calidad del servicio de la empresa.

- Producto interno bruto (PIB).El producto interno bruto es definido por Núñez (2015), como el valor de producción final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado periodo de tiempo (generalmente un año).Con respecto a la consulta que se hizo a los empleados sobre si el al producto interno bruto eran tasas de interés e impuestos que afectaban en gran medida la calidad del servicio que brinda la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A un 78,57% respondió que Sí

y un 21,43% que No (Gráfico N° 45). Al igual que se consultó en que grado estas tasas de interés afectaban a la calidad del servicio un 35,71% arrojó que un alto nivel y un 42,86% dijo que un nivel medio (Gráfico N° 46).

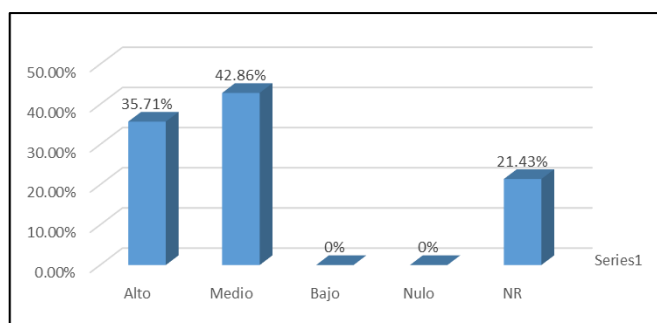
Así mismo que al indagar si los impuestos afectaban la calidad del servicio el resultado fue que un 78,57% respondió que Sí y un 21,43% dijo que No (Gráfico N° 47). Así como también en que grado afectaban los impuestos el resultado fue de un 35,71% nivel alto y un 42,86% nivel medio, quedando un 21,43% que No Respondió (Gráfico N° 48). De la igual forma cuando se consulto si la situación económica del país afectaba a la empresa y las respuestas que arrojaron los empleados encuestados fue de un 78,57% que Sí y un 21,43% que No (Gráfico N° 49). Además de cuando se consulto en que grado afecta la situación económica del país a la calidad del servicio un 57,14% dijo un alto nivel y un 21,43% arrojó que un nivel medio y el 21,43% No Respondieron (Gráfico N° 50).

Gráfico N° 45. ¿Cree usted que las tasas de interés afectan la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



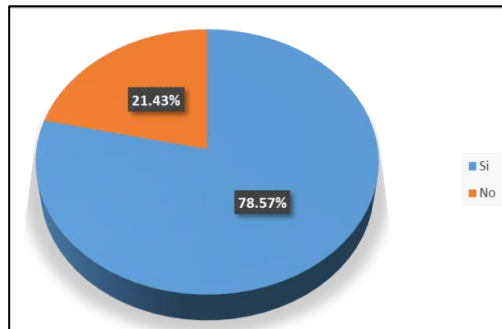
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 46 ¿En qué grado afectan las tasas de interés la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



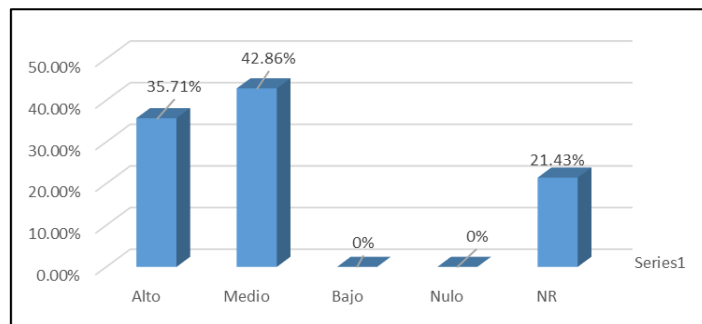
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 47. ¿Cree usted que los impuestos afectan la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



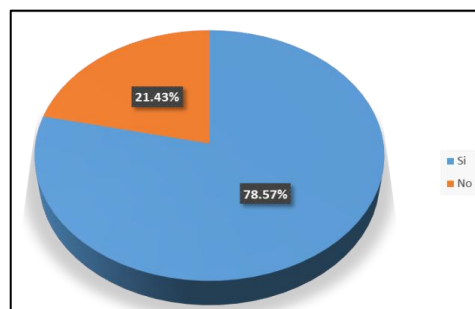
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 48. ¿En qué grado afectan los impuestos la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



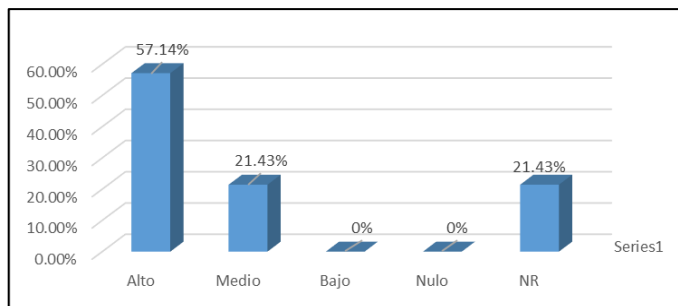
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 49. ¿Considera usted que la situación económica actual del país afecta la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 50. ¿En qué grado afecta la situación económica actual del país la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



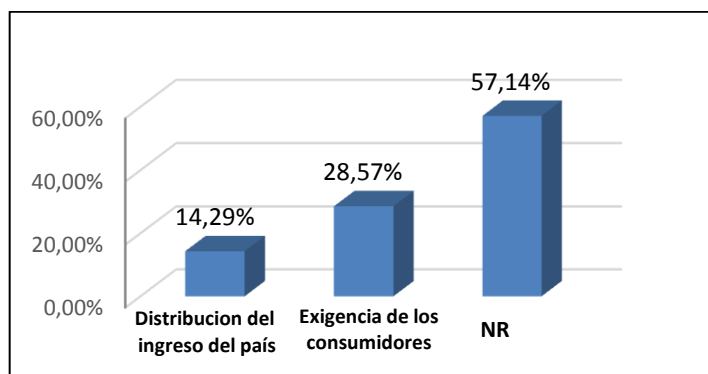
Fuente: Autoras 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que las tasas de interés e impuestos y la situación económica actual del país son factores externos que sin duda alguna en gran medida afectan la calidad de servicio que brinda la empresa la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A.

- Aspectos sociales. Serna (2011), define a los Factores sociales, como los que afectan el modo de vida de las personas y sus valores, entre ellos se encuentran: el empleo, seguridad, pérdida de valores, programas implementados por el gobierno, entre otros. Cuando se consultó a los empleados cuales aspectos sociales incidían en la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A si la inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas afectaban la calidad del servicio que ofrece la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A los resultados arrojaron que la exigencias de los consumidores tuvo un 28,57%, la distribución del ingreso del país un 14,29% y el restante 57,14% No Respondió (Gráfico N° 51). Así mismo cuando se indagó si la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas afectan a la calidad del servicio un 78,57% dijo que Sí y un 21,43% que No (Gráfico N° 52). A su vez si el grado de dicha incidencia de inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas era alto o medio pues las respuestas de los empleados resulto ser de un 35,71% alto, medio 35,71% y bajo 7,14% y el restante 21,44% no respondió (Gráfico N° 53). Mientras que los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno los trabajadores respondieron que si afectaban en un 78,57% y no 27,28% (Gráfico N° 54). y el

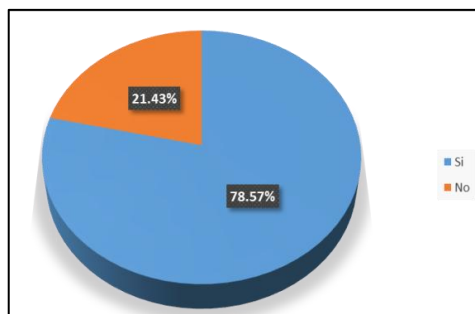
grado en que afectaban era de un 7,14% alto, medio 57,14% y bajo 14,29% (Gráfico N° 55).

Gráfico N° 51. ¿Cuáles de los aspectos sociales mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?



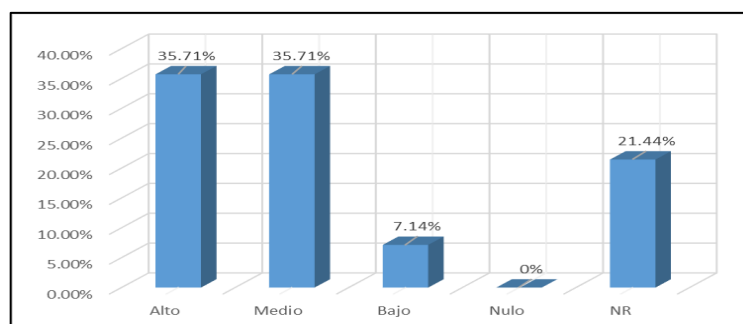
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 52. ¿Cree usted que la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas afectan la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre



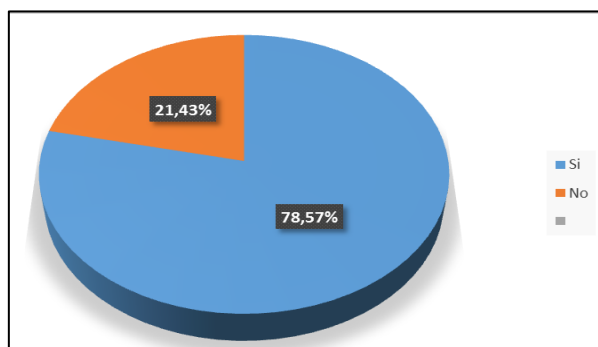
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 53. ¿En qué grado es la incidencia de la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas sobre la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



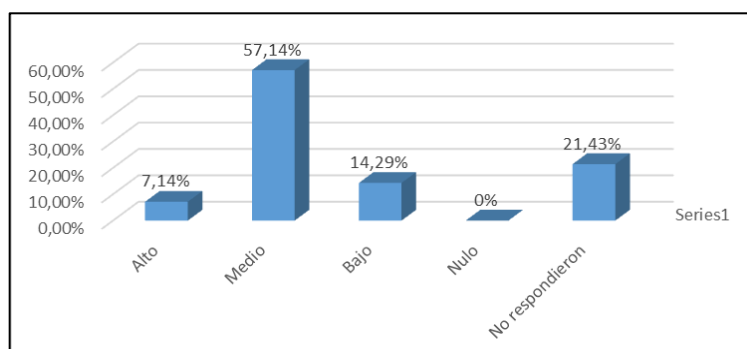
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 54. ¿Afectan los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 55. ¿En qué grado afectan los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



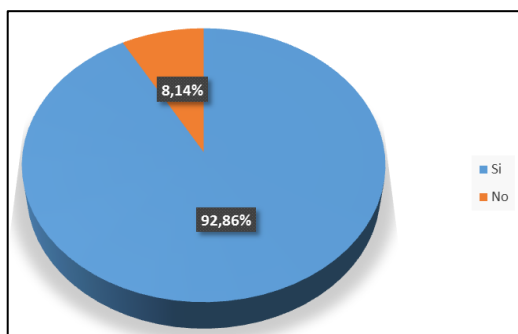
Fuente: Autoras 2017.

De acuerdo a estos resultados se puede evidenciar que los aspectos sociales tienen incidencia en gran medida en la calidad del servicio que brinda la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A y que en cierta medida afecta la calidad de vida y desempeño de las actividades de los trabajadores.

- Aspectos Políticos y Legales. De acuerdo a García (2010), son aquellos factores asociados a la clase política y legal que puedan determinar e influir en la actividad de la empresa en el futuro. Como por ejemplo estabilidad política del país, elecciones, normas y leyes que regulan la actividad de la empresa y privatización o nacionalización de empresas por el gobierno, entre otros. Se consultó a los empleados de la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A si la situación política actual del país perjudica la calidad del servicio y un 92,86% respondió que sí mientras que un 8,14% que no (Gráfico N° 56). Así mismo se indagó si el

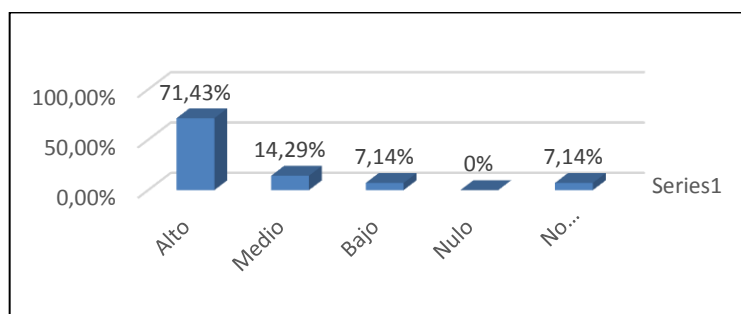
grado de incidencia de la situación política actual del país influye en la calidad del servicio y el resultado arrojado fue que incide en un alto grado de 71,43%, en nivel medio 14,29% y bajo un 7,14% (Gráfico N° 57).

Gráfico N° 56. ¿Considera usted que la situación política actual del país perjudica la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 57. ¿Cuál es el grado de incidencia de la situación política actual del país sobre la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



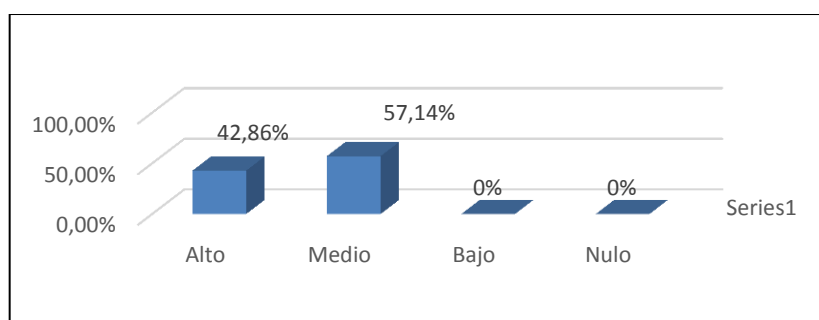
Fuente: Autoras 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos con respecto a la consulta hecha a los empleados se puede evidenciar que los aspectos políticos y legales influyen en tal manera en las actividades y calidad del servicio que brinda la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A puerto sucre, estado sucre.

- Aspectos Tecnológicos. Serna (2011), define a los Factores tecnológicos, como aquellos que están relacionados con el desarrollo e innovación de maquinarias, materiales, software contables, telecomunicaciones etc. En la encuesta que se realizó a los empleados de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A se pudo obtener como resultado que las telecomunicaciones incidían en la calidad del servicio que brinda la empresa en un 100%, mientras que también se podía

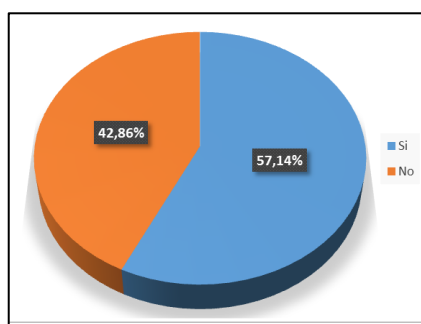
considerar que los avances tecnológicos eran beneficiosos para la calidad del servicio en un grado medio de 57,14% y en un nivel alto de 42,86% (Gráfico N° 58). Tomando en cuenta las respuestas que los empleados arrojaron en la consulta que se les hizo que el departamento de administración de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A utiliza software contables novedosos para el desempeño de sus actividades en un 57,14% que si y un 42,86% respondieron que no (Gráfico N° 59).

Gráfico N° 58. ¿Cuál es el grado de beneficio de los avances tecnológicos en la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 59. ¿Utiliza el Departamento de Administración de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A software contables novedosos?



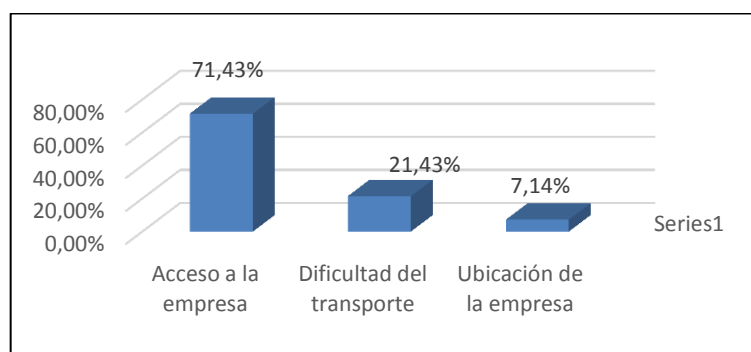
Fuente: Autoras 2017.

En relación a los resultados obtenidos los empleados de la empresa distribuidora DIPESCA C.A consideran que los avances tecnológicos y las telecomunicaciones son de gran ayuda y beneficio para la empresa en general; ya que dichos avances hacen que la calidad del servicio que brinda sea efectuada con eficiencia y eficacia.

- Factores Geográficos. Serna (2011), define Los Aspectos geográficos, con la ubicación, espacio, clima y recursos naturales donde se encuentra la empresa.

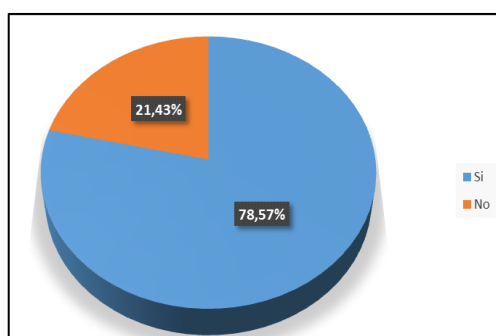
Cuando se consulto a los empleados de la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A si los aspectos geográficos incidían en la calidad del servicio de la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A, los resultados arrojaron que el 71,43% es por el acceso a la empresa, mientras que el 21,43% respondió que es por la dificultad del transporte y el 7,14% por la ubicación geográfica (Gráfico N° 60). Así mismo se consulto si la ubicación geográfica de la empresa era la más idónea y el 78,57% respondió que si y un 21,43% que no (Gráfico N° 61). Al igual que si existe un dificultad en cuanto al acceso vial para la empresa el resultado fue un 64,29% dijo que Sí y el 35,71% dijo que No (Gráfico N° 62).

Gráfico N° 60. ¿Cuáles de los aspectos geográficos mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



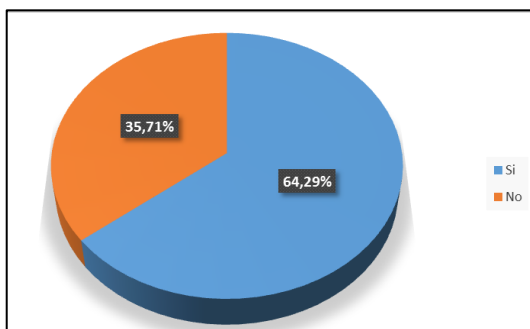
Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 61. ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A es la más idónea?



Fuente: Autoras 2017.

Gráfico N° 62. ¿Existe dificultad en cuanto a acceso vial para la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A?



Fuente: Autoras 2017.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se puede evidenciar que los aspectos geográficos inciden en gran magnitud en la calidad del servicio de la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A.

4.3.- Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.

- Fortalezas y debilidades presentes en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre

Las fortalezas son actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan al logro de los objetivos de una institución y las debilidades son actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa (Serna, 2011). De allí que una vez analizados los elementos internos de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, se encontraron algunos hallazgos que permitieron determinar las siguientes fortalezas y debilidades presentes en esta empresa.

A continuación se presenta el Cuadro N° 4, análisis del ambiente interno donde se muestra la relación que existe entre los aspectos, los síntomas y la determinación de fortalezas y debilidades.

Cuadro N° 4. Elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio.

Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre		
Aspectos Generales	Síntomas	Debilidades/Fortalezas
Misión y la visión	La mayoría de los empleados conocen la misión y visión, de esta manera se garantiza el trabajo de cada uno de ellos hacia lo que se persigue como organización.	Fortaleza: Existe conocimiento de la misión y la visión por parte de los miembros de la organización.
Objetivos organizacionales y labores del personal alineados a estos.	A través de los objetivos organizacionales se puede cumplir con la misión y la visión de la organización.	Fortaleza: Los objetivos de la organización se encuentran claramente establecidos y son conocidos por todos y están alineados a las labores del personal.
Funciones relacionadas con los cargos.	Cuando se sabe las funciones relacionadas con los cargos se realizan mejor sus labores y minimiza o elimina la duplicidad de funciones.	Fortaleza: Claridad de las funciones relacionadas con los cargos.
Responsabilidades que tiene el cargo que ocupa.	Cuando se conocen las responsabilidades inherentes al cargo, esto permite saber hasta dónde tienen competencia sus labores y se puede detectar en algún momento los responsables de alguna desviación o de algún logro en particular.	Fortaleza: Claridad de las responsabilidades que tiene el cargo que ocupa permitiendo así cumplir con los objetivos de la empresa.
Manual de sistemas y procedimientos.	Al contar con un manual de sistemas y procedimientos donde especifique qué es lo que va hacer y cómo se va hacer, trae como beneficio la claridad de funciones, por parte de cada empleado y estos aspectos ayudan al alcance de los objetivos organizacionales.	Fortaleza: Existe un manual de sistemas y procedimientos que guía cada una de las acciones presentes en el área de trabajo.
Capacitación al personal de la empresa.	La empresa capacita constantemente a sus empleados de manera trimestral enriqueciendo así los conocimientos necesarios para la realización del trabajo.	Fortaleza: Se capacita constantemente al personal que labora en la empresa.

Medición de la Calidad		
Ponderación del Servicio		
Demora y Puntualidad	La información suministrada de los servicios ofrecidos, es puntual y sin demoras, además de que los mismos llegan a sus clientes de forma puntual y esto se da porque en ella existe un medio de comunicación interno eficiente	Fortaleza: la información que suministra la empresa se realiza de manera eficiente es decir puntual y sin demoras.
Extravíos y Errores u Omisiones	Los servicios que presta se realizan en ocasiones sin extravíos, errores u omisiones y otras veces si se aplica lo contrario, así como también la empresa es eficiente en cuanto al procesamiento de sus productos ya que lo hace de la manera adecuada y correcta.	Fortaleza: Los servicios que ofrece, se realizan sin extravíos, errores u omisiones y en cuanto al procesamiento de sus productos es eficiente.
Aceptabilidad	La empresa posee una aceptación máxima por todos sus clientes lo que se da debido a que la misma cumple con todos los requisitos necesarios establecidos por sus clientes.	Fortaleza: El servicio que brinda es de aceptación por sus clientes al igual el producto cumple con los requisitos necesarios.
Pérdidas Definitivas y Precios	Las pérdidas definitivas que tiene la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A no son por causa de los costos de los servicios que ofrece, además de que los precios de los servicios son accesibles para sus clientes.	Fortalezas: Las pérdidas definitivas no son por los costos de los servicios que ofrece debido a que los precios son accesibles para los clientes.
Apreciación por los sentidos		
Reparaciones y Curaciones		
Disfrute y Degustación	Disfrutan plenamente del servicio que les brinda la misma a pesar de que esta no realice frecuentemente jornadas de degustación de sus productos.	Fortalezas: los clientes disfrutan del servicio realiza y de las jornadas de degustación de sus productos

Adaptabilidad	El servicio que brinda la empresa se adapta a las necesidades de sus clientes de manera positiva debido a que satisface sus necesidades.	Fortaleza: Se adapta a las necesidades de sus clientes.
Defectos	Presta un buen servicio a todos sus clientes satisfaciendo así sus necesidades.	Fortaleza: El servicio que brinda la empresa es satisfactorio.
Satisfacción y Comodidad	Le da importancia y toma mucho en cuenta lo referente a la satisfacción y la comodidad que se le va a brindar y ofrecer a sus clientes.	Fortaleza: Se toma en cuenta la satisfacción y la comodidad del cliente.
Conveniencia	La información que transmite para la organización a través de sus redes sociales sirve de gran provecho para la misma ayudando a incrementar.	Fortaleza: Transmite información de provecho para la organización, a través de las redes sociales.
Diagnóstico y Exactitud	Permiten conocer sus debilidades y fortalezas que sirven para contribuir con el mejor establecimiento de estrategias, así como el cumplimiento de los objetivos.	Fortaleza: Realiza diagnóstico interno para conocer las debilidades y fortalezas de la organización.
Comportamientos y Actitudes		
Competencia e Incompetencia	Cuenta con un personal competente para lograr el desempeño y éxito de la organización.	Fortaleza: Cuenta con un personal competente
Profesionalismo	La información que se maneja en la empresa sus empleados y los miembros que la integran lo realizan con todo el profesionalismo correspondiente.	Fortaleza: El procesamiento de información se realiza de forma profesional.
Capacidad y Constancia	Cuenta con un personal que está en la capacidad de realizar y desarrollar las actividades, las cuales se realizan de forma constante lo que permite alcanzar sus metas u objetivos.	Fortaleza: Posee el personal con la capacidad necesaria para desarrollar las actividades con constancia para alcanzar las metas propuestas.

Educación, Trato y Amabilidad	Tienen una educación apropiada lo que permite desarrollar sus actividades de la mejor manera.	Fortaleza: la educación del personal es la apropiada para desarrollar sus actividades.
Honestidad y Confiabilidad	Trasmiten confianza y honestidad en las labores que desempeñan hacia sus clientes.	Fortaleza: la labor que desempeña transmite confiabilidad y honestidad a sus clientes.
Diligencia	Se encuentra en sus capacidades máximas de responder y resolver de manera rápida y eficiente al momento que ocurra algún imprevisto con respecto a la entrega del servicio que la misma ofrece.	Fortaleza: No existe imprevisto con respecto a la entrega del servicio que ofrece.
Atención y Prontitud	Brinda una atención de forma eficiente, lo que ayuda a mantener en alto la relación y comunicación con sus clientes, de igual forma que esto se logra por medio de que la misma da respuesta con prontitud a las inquietudes y dudas de sus clientes	Fortaleza: La atención que brinda es eficiente y con prontitud.
Criterios para evaluar el servicio		
Elementos Tangibles		
Apariencia de las Instalaciones Físicas, Equipos y Oficinas	Cuenta con las instalaciones adecuadas así como de equipos necesarios que harán que los trabajadores realicen su trabajo de manera eficiente y sin ningún tipo de inconvenientes a la hora de desempeñar sus labores diarias	Fortaleza: Cuenta con instalaciones adecuadas y dotadas con equipos necesarios para poder desempeñar sus labores.
Personal y Medios de Comunicación	Utiliza telefonía fija y que además el personal cuenta con telefonía móvil como medio de comunicación interna, esto con el propósito de ayudar a tener una comunicación más rápida entre los mismos y de favorecer su localización inmediata.	Fortaleza: Utiliza la telefonía fija y móvil como medio de comunicación interna.
Fiabilidad		

Habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada	El proveedor inspirar confianza y seguridad de manera ofrecer un buen servicio a sus clientes y atraer su atención.	Fortaleza: Habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada
Profesionalismo		
Posesión de las Capacidades Requeridas	Están altamente capacitados y con los conocimientos necesarios para desempeñar sus actividades de manera eficiente y segura.	Fortaleza: Los empleados cuentan con las competencias y capacidades requeridas para ejercer sus actividades.
Conocimiento de la realización del servicio	Tiene conocimiento total del servicio que realiza es decir, que no tienen desconocimiento alguno del servicio que puedan brindar a sus clientes.	Fortaleza: A la hora de realizar un servicio tiene conocimiento de ello.
Cortesía		
Atención y Consideración	Los miembros de la organización prestan una atención a sus clientes de consideración a la hora de ofrecer sus servicios dando como resultado confianza y lealtad hacia la empresa.	Fortaleza: La atención de los empleados hacia los clientes que requieren sus servicios es de manera considerada.
Respeto y Amabilidad del personal que trata el cliente	El personal que labora en la empresa tiene un trato con sus clientes de respeto y amabilidad el cual es importante para el cliente que busca un buen servicio	Fortaleza: El trato del personal hacia los clientes es con respeto y amabilidad.
Credibilidad		
Veracidad	A la hora de otorgar sus servicios lo hace sin ocultar o mentir a sus clientes información siempre con la verdad y de esta manera generar confianza entre los mismos.	Fortaleza: Generan confianza a sus clientes debido a que no ocultan información a los mismos.
Creencia y Honestidad en el servicio que se provee	Existe honestidad y creencia en el servicio que se ofrece a sus clientes.	Fortaleza: El servicio que proveen se da de manera honesta.
Seguridad		

Inexistencia de Peligros y Riesgos o Dudas	Existen peligros significativos en la empresa dejando en evidencia la cantidad de riesgos que viven a diario los trabajadores en cuanto a la seguridad industrial y las distintas contingencias que se puedan presentar.	Debilidad: Existencia de peligros en la empresa lo cual ponen en riesgo la vida de los trabajadores.
Accesibilidad		
Capacidad de un Servicio de ser Accesible	Son accesibles a sus clientes dándoles la oportunidad a los mismos de tener facilidad de disfrutar del servicio que la empresa ofrece.	Fortalezas: Los servicios que brinda la empresa son accesibles a los clientes los cuales puede disponer de ellos cuando así lo requieran.
Facilidad para establecer Contacto	Posee una atención adecuada y de pronta respuesta a sus clientes.	Fortaleza: Es fácil establecer contacto y de dar respuestas a la hora de solicitar un servicio.
Comunicación		
Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender	El lenguaje que utilizan para informar a sus clientes es el apropiado	Fortaleza: Utilizan un lenguaje apropiado y entendible a la hora de dar información a sus clientes.
Saber Escuchar	Toma en consideración lo que sus clientes les indica a la hora de dar una opinión o de acceder al servicio que esta ofrece y de dar sugerencias	Fortaleza: La Empresa escucha a sus clientes y toman en consideración sus opiniones.
Dimensión de la calidad del servicio		
Calidad Técnica		
Relación Cliente-Proveedor	El servicio que prestan los proveedores se considera eficiente debido a que estos le otorgan un servicio rápido y de confianza a la empresa.	Fortaleza: El servicio que prestan sus proveedores es rápido lo cual permite que la relación entre la empresa y el proveedor sea mejor.
Calidad Funcional		
Actitud y comportamiento de los empleados	Se preocupan por prestar un buen servicio a sus clientes a la hora de ofrecer sus servicios.	Fortaleza: La atención hacia los clientes se da de la mejor manera para así poder tener de ellos la fidelidad y la confianza.

Acercamiento del Personal de Servicio	Las labores que estos realizan se hacen de manera coordinada y trabajando en equipo para cumplir con los objetivos que se ha propuesto la empresa.	Fortalezas: El acercamiento o interacción entre el personal de servicio es óptimo lo cual permite cumplir los objetivos organizacionales.
Accesibilidad al Servicio	Los clientes si tienen accesibilidad al servicio que presta la empresa debido a que fácilmente y sin inconvenientes pueden recibir el servicio.	Fortalezas: Los clientes tienen fácil acceso al servicio que presta la empresa.
Apariencia del Personal	Tiene buena apariencia es decir que cumplen con las normas de la empresa.	Fortaleza: El personal que labora en la empresa tiene buena presencia y apariencia dentro de su sitio de trabajo.
Relación entre los Empleados y el Cliente	Existe un buen trato entre los mismos para mantener la fidelidad con la empresa.	Fortaleza: La relación entre los empleados y los clientes es de confianza.
Imagen Corporativa		
Cómo perciben la empresa los Clientes	La empresa les proporciona a sus clientes confianza.	Fortaleza: Los clientes tienen una buena imagen de la empresa.

Fuente: Autoras 2017.

- Fortalezas presentes en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre Estado Sucre.
- Existe conocimiento de la misión y la visión por parte de los miembros de la organización.
- Los objetivos de la organización se encuentran claramente establecidos.
- Claridad de las funciones relacionadas con los cargos.
- Claridad de las responsabilidades que tiene el cargo que ocupa.
- Existe un manual de sistemas y procedimientos.
- Se capacita constantemente al personal que labora en la empresa.
- La información que suministra la empresa se realiza de manera eficiente es decir puntual y sin demoras.
- Los servicios que ofrece, se realizan sin extravíos, errores u omisiones y en cuanto al procesamiento de sus productos es eficiente.

- El servicio que brinda es de aceptación por sus clientes al igual el producto cumple con los requisitos necesarios.
- Las pérdidas definitivas no son por los costos de los servicios que ofrece debido a que los precios son accesibles para los clientes.
- Los clientes disfrutan del servicio realiza y de las jornadas de degustación de sus productos.
- Se adapta a las necesidades de sus clientes.
- El servicio que brinda la empresa es satisfactorio.
- Se toma en cuenta la satisfacción y la comodidad del cliente.
- Transmite información de provecho para la organización, a través de las redes sociales.
- Realiza diagnóstico interno para conocer las debilidades y fortalezas de la organización.
- Cuenta con un personal competente
- El procesamiento de información se realiza de forma profesional.
- Posee el personal con la capacidad necesaria para desarrollar las actividades con constancia para alcanzar las metas propuestas.
- La educación del personal es la apropiada para desarrollar sus actividades.
- La labor que desempeña transmite confiabilidad y honestidad a sus clientes.
- No existe imprevisto con respecto a la entrega del servicio que ofrece.
- La atención que brinda es eficiente y con prontitud.
- Cuenta con instalaciones adecuadas y dotadas con equipos necesarios para poder desempeñar sus labores.
- Utiliza la telefonía fija y móvil como medio de comunicación interna.
- Habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada.
- Los empleados cuentan con las competencias y capacidades requeridas para ejercer sus actividades.
- A la hora de realizar un servicio tiene conocimiento de ello.
- La atención de los empleados hacia los clientes que requieren sus servicios es de manera considerada.
- El trato del personal hacia los clientes es con respeto y amabilidad.
- Generan confianza a sus clientes debido a que no ocultan información a los mismos.

- El servicio que proveen se da de manera honesta.
- Los servicios que brinda la empresa son accesibles a los clientes los cuales puede disponer de ellos cuando así lo requieran.
- Es fácil establecer contacto y de dar respuestas a la hora de solicitar un servicio.
- Utilizan un lenguaje apropiado y entendible a la hora de dar información a sus clientes.
- La Empresa escucha a sus clientes y toman en consideración sus opiniones.
- El servicio que prestan sus proveedores es rápido lo cual permite que la relación entre la empresa y el proveedor sea mejor.
- La atención hacia los clientes se da de la mejor manera para así poder tener de ellos la fidelidad y la confianza.
- El acercamiento o interacción entre el personal de servicio es óptimo lo cual permite cumplir los objetivos organizacionales.
- Los clientes tienen fácil acceso al servicio que presta la empresa.
- El personal que labora en la empresa tiene buena presencia y apariencia dentro de su sitio de trabajo.
- La relación entre los empleados y los clientes es de confianza.
- Los clientes tienen una buena imagen de la empresa.
- Debilidades presentes en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre estado Sucre.
- Existencia de peligros en la empresa lo cual ponen en riesgo la vida de los trabajadores.
- Oportunidades y amenazas de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre estado Sucre.

Las oportunidades y amenazas de una organización son aquellas situaciones favorables o desfavorables que se derivan de las condiciones del ambiente externo; ejerciendo influencia directa sobre los resultados de la organización, por lo que, representan elementos importantes de estudiar dentro de la organización, ya que, muchas veces estas situaciones no pueden ser controladas, sin embargo, la organización

debe saber aprovechar sus oportunidades para contrarrestar las amenazas. Las oportunidades y amenazas de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre Estado Sucre., se muestran en el cuadro N° 5.

Cuadro N° 5 Análisis externo de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre estado Sucre.

Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A, Puerto de Sucre Estado Sucre.		
Elementos Externos	Síntomas	Oportunidades y/o Amenazas
Aspectos Económicos		
Aspectos Generales		
Políticos	Afectan directamente a la organización y su desenvolvimiento en el entorno.	Amenaza: afecta al logro de los objetivos de la empresa por las trabas y problemas que ocasionan.
Índice de Crecimiento		
Devaluación de la moneda	Afecta en un grado medio la manera de como se da el servicio en la organización	Amenaza: dificultad de manera directa e indirectamente por la pérdida monetaria que ocasiona en la calidad del servicio que brinda la empresa.
Política cambiaria del país.	Afecta en un grado medio las distintas variables de la economía presentes en el país.	Amenaza: dificultad para adquirir los insumos necesarios para cumplir con las actividades y prestar el servicio la organización.
Control de Precios	Afecta en un grado bajo debido a que el control de los precios hasta el momento son aceptados por los clientes en cierta parte.	Amenaza: afecta la cantidad de productos que puedan venderse o salir de la empresa.
Inflación	Afecta en un grado alto los niveles excesivos de inflación.	Amenaza: afecta a los costos de los suministros que se requiere para la producción y prestación del servicio.
Devaluación	Afecta en un grado alto la disminución o devaluación de la moneda.	Amenaza: afecta ya que con la pérdida de valor en el tiempo y las políticas cambiarias afectan en gran magnitud la prestación del servicio y la producción de productos de calidad.

Ingresos Per cápita	Afectan en un grado alto la medida deficiente de la participación de las personas en la renta nacional.	Amenaza: ya que siendo esta una medida económica la calidad de los productos y servicios prestados por la empresa se ven afectados.
Producto Interno Bruto (PIB)	Afecta en un grado medio el valor de la producción final de todos los bienes producidos.	Amenaza: afecta a los costos y precios de la producción y la prestación de los servicios por las tasas de interés que se deben pagar y la situación actual del país.
Aspectos Sociales		
Distribución del ingreso del país	Afecta en un grado bajo ya que la distribución del ingreso es inferior a la requerida.	Amenaza: afecta en su estructura, el monto es inferior o mucho menor que lo que se necesita.
Exigencias de los consumidores	Se determinó que inciden en un grado medio.	Amenaza: afecta el cumplimiento y las exigencias requeridas por los clientes.
Inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas	La falta de seguridad, los malos hábitos y los disturbios afectan en un grado medio el desempeño de un producto y servicio de calidad.	Amenaza: la desvalorización, la falta de pertenencia, entre otros factores por parte del entorno que rodea a la empresa, hace que esto influya en el desarrollo adecuado de las actividades de la misma.
Programas y trabajos sociales	Los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno afectan en grado medio a la empresa en su calidad del servicio	Amenaza: Afecta en el desarrollo pleno de las actividades, y en gran medida afecta la calidad de vida y desempeño de las actividades de los trabajadores.
Aspectos Políticos y Legales		
Estabilidad política del país	Afecta en grado alto la falta de inestabilidad política en el país.	Amenaza: la inexistencia de políticas estables, positivas y fuertes en el país influye directamente a la calidad del servicio que se presta.
Aspectos Tecnológicos		
Telecomunicaciones	Inciden de manera favorable en las actividades	Oportunidad: representa un elemento que permite el desarrollo de las actividades.
Nuevas tecnologías	Avances tecnológicos beneficiosos en un grado medio.	Oportunidad: nuevas tecnologías que le permite a la empresa estar al día

		con las mejoras tecnológicas, además de favorecer el desarrollo de las actividades normales de dicha organización.
Software contables	La Falta de acceso a software contables novedosos presenta un grado medio.	Amenaza: dificultad para realizar las actividades relacionadas con la parte contable.
Factores Geográficos		
Acceso a la empresa	Dificultad de acceso a los espacios de la empresa.	Amenaza: Dificultad vial en el acceso a la organización por parte del personal que allí labora.
Dificultad del transporte terrestre.	Transporte terrestre mínimo	Amenaza: difícil acceso de transporte público por la zona.
Ubicación de la empresa	Ubicación idónea de la empresa.	Oportunidad: es idónea la ubicación de la empresa para realizar sus actividades.
Acceso vial	Vías de accesos favorables y accesibles.	Oportunidad: son idóneas y en buen estado las vías que dan acceso a la empresa.

Fuente: Autoras 2017.

- Oportunidades de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.

Las oportunidades de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, son las siguientes:

- Las telecomunicaciones representa un elemento que permite el desarrollo de las actividades.
- Nuevas tecnologías que le permite a la empresa estar al día con las mejoras tecnológicas, además de favorecer el desarrollo de las actividades normales de dicha organización.
- Idónea la ubicación de la empresa para realizar sus actividades.
- Idóneo y en buen estado las vías que dan acceso a la empresa.

- Amenazas de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.

En cuanto a las amenazas existentes en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, se pueden señalar las siguientes:

- Los aspectos políticos afectan el logro de los objetivos de la empresa por las trabas y problemas que ocasionan.
- La devaluación de la moneda dificultad de manera directa e indirectamente por la perdida monetaria que ocasiona en la calidad del servicio que brinda la empresa.
- La política cambiaria del país, genera dificultad para adquirir los insumos necesarios para cumplir con las actividades de la organización.
- El control de precios afecta la cantidad de productos que puedan venderse o salir de la empresa.
- La inflación afecta en un nivel alto los costos de los suministros que se requiere para prestar los servicios.
- La devaluación afecta ya que con la perdida de valor en el tiempo y las políticas cambiarias afectan en gran magnitud la prestación del servicio y la producción de productos de calidad.
- Ingresos Per Cápita Afectan en un grado alto la medida deficiente de la participación de las personas en la renta nacional.
- Producto Interno Bruto (PIB) afecta a los costos y precios de la producción y la prestación de los servicios por las tasas de interés que se deben pagar y la situación actual del país.
- Distribución del ingreso del país afecta en su estructura, el monto es inferior o mucho menor que lo que se necesita.
- Exigencias de los consumidores afecta el cumplimiento y las exigencias requeridas por los clientes.
- Inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas la desvalorización, la falta de pertenencia, entre otros factores por parte del entorno que rodea a la empresa, hace que esto influya en el desarrollo adecuado de las actividades de la misma.
- Los programas sociales implementados por el gobierno afectan el cumplimiento de lo planificado para el año en curso.

- Estabilidad política del país la inexistencia de políticas estables, positivas y fuertes en el país influye directamente a la calidad del servicio.
- Los Software contables dificultad para realizar las actividades relacionadas con la parte contable.
- Dificultad vial en el acceso a la organización por parte del personal que allí labora.
- Difícil acceso de transporte publico por la zona donde se encuentra ubicada la empresa.

4.4.- Impacto de los elementos internos y externos de la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

El análisis de impacto consiste en definir cuál es el impacto de cada fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza en el negocio. Y por lo tanto convertirla en factor clave del éxito. Para ello debe elaborarse una matriz de impactos en la cual se defina y categorice cada factor en relación con el impacto en el negocio. A continuación en los cuadros N° 6 y 7 muestra la matriz de impacto, que señala el impacto que tienen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas presentes de la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

Cuadro N° 6. Matriz de impacto de las Fortalezas y Debilidades presentes en la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

Factores y/o Aspectos	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
ASPECTOS GENERALES									
Misión y la visión de la calidad del servicio.	X						X		
Objetivos organizacionales y análisis estratégico acorde con los elementos de la calidad del servicio.	X						X		

Funciones e importancia relacionadas con los cargos que ocupa.	X						X		
Manual de sistemas y procedimientos establecidos.	X						X		
Capacitación al personal de la empresa.	X						X		
MEDICIÓN DE LA CALIDAD									
Demora y puntualidad en la calidad del servicio	X						X		
Extravíos y errores u omisiones		X			X			X	
Aceptabilidad de la calidad del servicio por sus clientes	X						X		
Perdidas definitivas y precios por costos del servicio	X						X		
APRECIACIÓN POR LOS SENTIDOS									
Reparaciones y mantenimiento de los equipos	X						X		
Disfrute y degustación del servicios por los clientes	X						X		
Adaptabilidad a las necesidades de sus clientes	X						X		
Satisfacción en el servicio que brinda	X						X		
Satisfacción y comodidad del cliente	X						X		
Información de provecho para la organización a través de redes sociales	X						X		
Diagnostico interno para conocer debilidades y fortalezas de la organización	X						X		
COMPORTAMIENT									

OS Y ACTITUDES									
Cuenta con personal competente para el desempeño y éxitos de la organización	X						X		
Procesamiento de información de forma profesional.	X						X		
cuenta con un personal con capacidad y constancia para alcanzar sus metas	X						X		
La educación, trato y amabilidad es apropiado hacia sus clientes	X						X		
Las labores se desempeñan con confiabilidad y honestidad.	X						X		
Actúan de forma diligente cuando ocurre algún imprevisto.		X			X			X	
Atención y prontitud eficiente hacia sus clientes	X						X		
CRITERIOS PARA EVALUAR LOS SERVICIOS									
Instalaciones, oficinas y equipos adecuados para el desempeño de actividades	X						X		
Telefonía fija y móvil como medio de comunicación interna.	X						X		
Habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable	X						X		
Competencias y capacidades requeridas para ejercer sus actividades	X						X		
Conocimiento a la hora de realizar el servicio	X						X		
Atención y	X						X		

consideración hacia los clientes									
Respeto y amabilidad hacia los clientes	X						X		
Veracidad en el servicio que presta	X						X		
Creencia y honestidad en el servicio que provee a sus clientes	X						X		
Peligros y riesgos existentes en la empresa			X	X			X		
el servicio que brinda es accesible a sus clientes	X						X		
Facilidad de establecer contacto con la empresa	X						X		
Utiliza un lenguaje apropiado y entendible para informar a sus clientes	X						X		
Escucha a sus clientes	X						X		
DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO									
Relación cliente-proveedor		X						X	
La atención prestada a los clientes se realiza con buena actitud y buen comportamiento	X						X		
Acercamiento o interacción entre el personal de servicio	X						X		
Accesibilidad al servicio que presta	X						X		
Apariencia del personal que labora en la empresa		X						X	
Relación entre el personal y el cliente	X						X		
Los clientes tienen una buena imagen de la empresa	X						X		

Fuente: Autoras. 2017.

Cuadro N° 7. Análisis de Impactos de los elementos externos que influyen en la calidad del servicio, en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

Factores y/o Aspectos	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Aspectos Económicos									
Aspectos Políticos					X			X	
Devaluación de la moneda					X			X	
Política cambiaria del país.					X			X	
Control de Precios						X			X
Inflación				X			X		
Devaluación				X			X		
Ingreso Per Cápita				X			X		
Producto Interno Bruto (PIB)					X			X	
Aspectos Sociales									
Distribución del ingreso del país						X			X
Exigencias de los consumidores					X			X	
Inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas					X			X	
Programas y trabajos sociales					X			X	
Aspectos Políticos Y Legales									
Estabilidad política del país				X			X		
Aspectos Tecnológicos									
Telecomunicaciones	X						X		
Nuevas tecnologías		X						X	
Software contables		X						X	
Factores Geográficos									
Acceso a la empresa					X			X	
Dificultad del transporte terrestre.					X			X	
Ubicación de la empresa		X						X	
Acceso vial		X						X	

Fuente: Autoras 2017.

Una vez elaborada la matriz de impacto se elabora la hoja de trabajo que servirá como base para el análisis DOFA. El cuadro N° 8 muestra la hoja de trabajo donde se confrontan todas las fuerzas de impacto alto antes mencionadas.

Cuadro N° 8. Hoja de Trabajo.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la misión y la visión de la organización. • Objetivos organizacionales claramente establecidos. • Claridad de las funciones relacionadas con los cargos. • Claridad de las responsabilidades que tiene el cargo que ocupa. • Existencia de un manual de sistemas y procedimientos. • Se realiza Capacitación al personal de la empresa. • La información de los servicios ofrecidos es puntual y sin demoras. • El servicio que brinda la empresa es de aceptación por sus clientes. • Los precios de los servicios que ofrece son accesibles para los clientes. • Los clientes disfrutan y degustan de los productos y servicios que brinda la empresa. • La empresa realiza mantenimiento y reparaciones de los equipos. • El servicio que brinda la empresa se adapta a las necesidades del cliente. • El servicio que ofrece es satisfactorio. • La empresa toma en cuenta la satisfacción y comodidad del cliente. • La información que transmite a través de las redes sociales es de provecho para la organización. • Realiza diagnósticos internos para conocer sus debilidades y fortalezas de la empresa. • El procesamiento de información lo ejercen de forma profesional • Cuenta con un personal competente para el desempeño de las actividades. • El personal cuenta con la capacidad y constancia necesaria para desarrollar 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de un mecanismo legal que regula la actividad de la empresa. • Las telecomunicaciones representan un elemento que permite el desarrollo de las actividades de la empresa. • Los avances tecnológicos permiten a la empresa estar al día con las nuevas innovaciones, además de favorecer el desarrollo de las actividades de dicha empresa. • El software contable novedoso facilitan el desarrollo de cualquier actividad de la empresa al tener acceso a la información en tiempo y espacio real. • La ubicación geográfica es de gran beneficio para la empresa ya que permite brindar un servicio eficiente y eficaz a sus clientes.

<p>las actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los empleados que laboran en la empresa tienen una educación, trato y amabilidad apropiado para el desempeño de sus actividades. • La labor que desempeña la empresa de altamente confiable y honesta. • La atención y prontitud con que dan respuestas a sus clientes es eficiente • La empresa cuenta con instalaciones físicas, equipos y oficinas adecuados para el desarrollo de las actividades. • Cuenta con telefonía fija y móvil como medio de comunicación interna. • Toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada. • Los empleados cuentan con las capacidades y competencias requeridas para ejercer sus actividades. • A la hora de realizar un servicio tiene conocimiento de ello. • La atención de los empleados hacia los clientes es de manera considerada. • El trato del personal de la empresa hacia sus clientes es con respeto y amabilidad. • El servicio que presta la empresa es con veracidad. • Existe creencia y honestidad por parte de la empresa en el servicio que provee a sus clientes. • El servicio que ofrece la empresa es accesible a sus clientes. • Es fácil establecer contacto con la empresa a la hora de solicitar un servicio. • En la empresa utilizan un lenguaje entendible y apropiado para informar a sus clientes. • Saben escuchar a sus clientes. • La atención prestada a los clientes es con buena actitud y buen comportamiento. • El acercamiento y la interacción entre el personal es óptimo. • Los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la empresa. 	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> • La relación entre el personal y el cliente es de suma importancia. • Los clientes tienen una buena imagen de la empresa. 	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Existe peligro y riesgos significativos dentro de la empresa. • La empresa debe mejorar que sus servicios se realicen sin extravíos errores u omisiones. • No actúan de forma diligente cuando ocurre algún imprevisto. • El servicio que prestan los proveedores de la empresa no son excelentes. • El personal que labora en la empresa no tienen buena apariencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La inflación afecta en un nivel alto la calidad del servicio de la empresa. • Las políticas cambiarias afectan el desempeño de las actividades de la empresa en un alto grado. • las tasas de interés inciden de forma significativa en la calidad del servicio que ofrece la empresa DIPESCA, C.A. • la situación económica actual del país afecta en un alto grado la calidad del servicio que brinda la empresa. • La pérdida de valores incide negativamente en la calidad del servicio, existe una desvalorización por parte de las personas. • Las exigencias de los consumidores y distribución del ingreso del país inciden en la calidad del servicio de la empresa. • La inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas afectan significativamente la calidad del servicio. • La privatización de las empresas por parte del gobierno causa un gran impacto en la economía y calidad del servicio que ofrece dicha empresa.

Fuente: Autoras. 2017.

- Análisis DOFA de la calidad del servicio en la empresa distribuidora de pescado DIPESCA C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

DOFA es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. El análisis DOFA ayuda a determinar si la organización está en capacidad para desempeñarse en su medio. Mientras más competitiva en comparación con sus competidores esté la empresa mayores probabilidades tiene de éxito. Con base a la selección de los factores claves de éxito de más alto impacto, se realiza el análisis DOFA que consiste en relacionar

oportunidades, amenazas, fortaleza y debilidades, preguntándose cómo convertir una amenaza en oportunidad, cómo aprovechar una fortaleza, cómo anticipar el efecto de una amenaza y prevenir el efecto de una debilidad (Serna, 2011).

A continuación se muestra el cuadro N° 9 donde se refleja la relación de fortalezas con oportunidades, fortalezas con amenazas, debilidades con oportunidades y las debilidades con las amenazas que darán como resultado acciones estratégicas para la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A. puerto sucre estado sucre. Estos hallazgos fueron extraídos de los resultados de los cuestionarios aplicados a los empleados que laboran en esta Empresa.

Cuadro N° 9. Análisis DOFA de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A. Puerto Sucre, estado Sucre.

	OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
	<p>(O1)Existencia de un mecanismo legal que regula la actividad de la empresa.</p> <p>(O2)Las telecomunicaciones representan un elemento que permite el desarrollo de las actividades de la empresa.</p> <p>(O3)Los avances tecnológicos permiten a la empresa estar al día con las nuevas innovaciones, además de favorecer el desarrollo de las actividades de dicha empresa.</p> <p>(O4)El software contable novedoso facilita el desarrollo de cualquier actividad de la empresa al tener acceso a la información en tiempo y espacio real.</p> <p>(O5)La ubicación geográfica es de gran beneficio para la empresa ya que permite brindar un servicio eficiente y eficaz a sus clientes</p>	<p>(A1)La inflación afecta en un nivel alto la calidad del servicio de la empresa.</p> <p>(A2)Las políticas cambiarias afectan el desempeño de las actividades de la empresa en un alto grado.</p> <p>(A3) Las tasas de interés inciden de forma significativa en la calidad del servicio que ofrece la empresa DIPESCA, C.A.</p> <p>(A4)La situación económica actual del país afecta en un alto grado la calidad del servicio que brinda la empresa.</p> <p>(A5)La pérdida de valores incide negativamente en la calidad del servicio, existe una desvalorización por parte de las personas.</p> <p>(A6)Las exigencias de los consumidores y distribución del ingreso</p>

		<p>del país inciden en la calidad del servicio de la empresa.</p> <p>(A7)La inseguridad, delincuencia y manifestaciones públicas afectan significativamente la calidad del servicio.</p> <p>(A8)La privatización de las empresas por parte del gobierno causa un gran impacto en la economía y calidad del servicio que ofrece dicha empresa.</p>
FORTALEZAS (F)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (FA)
<p>(F1) Conocimiento de la misión y la visión de la organización.</p> <p>(F2)Objetivos organizacionales claramente establecidos.</p> <p>(F3)Claridad de las funciones relacionadas con los cargos.</p> <p>(F4)Claridad de las responsabilidades que tiene el cargo que ocupa.</p> <p>(F5)Existencia de un manual de sistemas y procedimientos.</p> <p>(F6)Se realiza Capacitación al personal de la empresa.</p> <p>(F7)La información de los servicios ofrecidos es puntual y sin demoras.</p> <p>(F8)El servicio que brinda la empresa es de aceptación por sus clientes.</p> <p>(F9)Los precios de los servicios que ofrece son accesibles para los clientes.</p> <p>(F10)Los clientes disfrutan y degustan de los productos y servicios que brinda la empresa.</p>	<p>(O1, F1) Dar a conocer la misión y visión de la organización.</p> <p>(O3, F2) Usar tecnologías de información para apoyar el alcance de los objetivos organizacionales</p> <p>(O1, F3) Dar a conocer las funciones de cada cargo.</p> <p>(O1, F4) Seguir los lineamientos establecidos para cumplir las actividades requeridas.</p> <p>(O1, F5) Realizar evaluación de los manuales y procedimientos en la empresa.</p> <p>(O3, F6) Desarrollo de las actividades de la empresa, apoyadas en las tecnologías y la capacidad innovadora.</p> <p>(O4, F7) Lograr la coordinación e integración con diferentes áreas para ofrecer un servicio de calidad.</p> <p>(O4, F8) Aprovechar el acceso de la información para mejorar el control, coordinación y toma de decisiones.</p> <p>(O3,F9)Desarrollar estrategias que brinden al</p>	<p>(F2,A5)Definir los valores de la empresa para que esta contribuya en el logro de los objetivos y metas propuestas.</p> <p>(F9,A1)Establecer mecanismos de acción que ayuden a regularizar los precios de los productos que ofrece la empresa.</p> <p>(F12,A6)Ofrecer servicios de calidad que se adapten a la situación actual del país y a las necesidades de los clientes</p>

<p>(F11)La empresa realiza mantenimiento y reparaciones de los equipos.</p> <p>(F12)El servicio que brinda la empresa se adapta a las necesidades del cliente.</p> <p>(F13)El servicio que ofrece es satisfactorio.</p> <p>(F14)La empresa toma en cuenta la satisfacción y comodidad del cliente.</p> <p>(F15)La información que transmite a través de las redes sociales es de provecho para la organización.</p> <p>(F16)Realiza diagnósticos internos para conocer sus debilidades y fortalezas de la empresa.</p> <p>(F17)El procesamiento de información lo ejercen de forma profesional.</p> <p>(F18)Cuenta con un personal competente para el desempeño de las actividades.</p> <p>(F19)El personal cuenta con la capacidad y constancia necesaria para desarrollar las actividades.</p> <p>(F20)Los empleados que laboran en la empresa tienen una educación, trato y amabilidad apropiado para el desempeño de sus actividades.</p> <p>(F21)La labor que desempeña la empresa es altamente confiable y honesta.</p> <p>(F22)La atención y prontitud con que dan respuestas a sus clientes es eficiente</p> <p>(F23)La empresa cuenta con instalaciones físicas, equipos y oficinas</p>	<p>cliente precios accesibles</p> <p>(O5,F10) Realizar jornadas periódicas de degustación para que los clientes conozcan el producto y que le permita a la empresa brindar un servicio eficiente y eficaz a sus clientes.</p> <p>(O3, F11) Aprovechar la tecnología para mejorar la calidad del servicio en la empresa.</p> <p>(O2, F12) Apoyarse en las telecomunicaciones para mejorar las actividades y hacer del servicio que brinda la empresa óptima.</p> <p>(O3, F13) Fomentar día a día el desarrollo de las nuevas innovaciones y hacer eficiente y eficaz el servicio de la misma.</p> <p>(O3,F14) Desarrollar estrategias que le brinden al cliente satisfacción y comodidad a la hora de solicitar sus servicios.</p> <p>(O2, F15) utilizar las telecomunicaciones para transmitir información a través de las redes sociales de provecho para la organización.</p> <p>(O3, F16) Seguir haciendo diagnósticos internos que favorezcan al desarrollo de las actividades de dicha empresa.</p> <p>(O4,F17) Aprovechar el acceso a la información para facilitar el desarrollo de las actividades en tiempo y espacio real.</p> <p>(O3,F18) Aprovechar las competencias de los empleados para seguir prestando un servicio eficiente a sus clientes.</p> <p>(O4,F19)Seguir incentivando la constancia y</p>	
--	--	--

<p>adecuados para el desarrollo de las actividades.</p> <p>(F24) Cuenta con telefonía fija y móvil como medio de comunicación interna.</p> <p>(F25) Toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada.</p> <p>(F26) Los empleados cuentan con las capacidades y competencias requeridas para ejercer sus actividades.</p> <p>(F27) A la hora de realizar un servicio tiene conocimiento de ello.</p> <p>(F28) La atención de los empleados hacia los clientes es de manera considerada.</p> <p>(F29) El trato del personal de la empresa hacia sus clientes es con respeto y amabilidad.</p> <p>(F30) El servicio que presta la empresa es con veracidad.</p> <p>(F31) Existe creencia y honestidad por parte de la empresa en el servicio que provee a sus clientes.</p> <p>(F32) El servicio que ofrece la empresa es accesible a sus clientes.</p> <p>(F33) Es fácil establecer contacto con la empresa a la hora de solicitar un servicio.</p> <p>(F34) En la empresa utilizan un lenguaje entendible y apropiado para informar a sus clientes.</p> <p>(F35) Saben escuchar a sus clientes.</p> <p>(F36) La atención prestada a los clientes es con buena</p>	<p>capacitación del personal para el desarrollo de las actividades pertinentes.</p> <p>(O1,F20) Seguir fomentando los valores, el trato, la ética del personal a través de charlas para seguir emprendiendo la eficiencia y eficacia del servicio hacia sus clientes.</p> <p>(O1,F21) Seguir desarrollando estrategias que les permitan ejercer las actividades con honestidad y fiabilidad</p> <p>(O3,F22) Aprovechar las nuevas tecnologías para dar respuestas con prontitud.</p> <p>(O3,F23) Seguir contribuyendo con el desarrollo e innovación de forma adecuada para el desarrollo de las actividades de la empresa.</p> <p>(O2,F24) Aprovechar al máximo las telecomunicaciones ya que ellas permiten el desarrollo, interacción y coordinación de las diferentes actividades.</p> <p>(O2,F25) Aprovechar al máximo la habilidad del proveedor para brindar un servicio de calidad.</p> <p>(O4,F26) estar a la vanguardia con los nuevos sistemas para ser más competitivos en el mercado.</p> <p>(O1,27) Afianzarse cada día más en mecanismos que le ayuden a tener conocimiento sobre los servicios que ofrece.</p> <p>(O2,F28) Fomentar la comunicación e interacción de los empleados hacia los clientes.</p> <p>(O2,F29) La atención al cliente debe ser con respeto y amabilidad ya que</p>	
--	--	--

<p>actitud y buen comportamiento.</p> <p>(F37)El acercamiento y la interacción entre el personal es optimo.</p> <p>(F38)Los clientes tienen accesibilidad al servicio que presta la empresa.</p> <p>(F39)La relación entre el personal y el cliente es de suma importancia.</p> <p>(F40)Los clientes tienen una buena imagen de la empresa.</p>	<p>representa elementos de gran relevancia para el desarrollo de sus actividades.</p> <p>(O3,F30)Estar al pendiente que día a día el servicio que ofrece la empresa sea veraz.</p> <p>(O1,F31) fortalecer cada día la creencia y honestidad de la empresa hacia sus clientes con respecto al servicio que ofrece.</p> <p>(O4,F32) Hacer que los clientes siempre tengan acceso a información pertinente sobre los productos que ofrece.</p> <p>(O2,F33) Establecer mecanismos de acción que faciliten el contacto con la empresa a la hora de solicitar un servicio.</p> <p>(O2,F34) Tomar medidas necesarias para que la información llegue a sus clientes de forma clara entendible y apropiada.</p> <p>(O2,F35)En la empresa se debe aplicar herramientas que permitan conocer cuáles son las dudas o quejas de los clientes en cuanto al servicio que ofrece.</p> <p>(O2,F36) Ofrecer al cliente buena atención a la hora de solicitar alguno de sus servicios.</p> <p>(O2,F37) mantener al personal motivado y trabajando en equipo para brindar al cliente un servicio optimo</p> <p>(O2,F38)Ofrecer al cliente un servicio de calidad a través de las redes sociales.</p> <p>(O2,F39) Es necesario fomentar la relación entre el personal y cliente ya que es de suma importancia para el</p>	
---	--	--

	<p>éxito de la empresa. (O2,F40) Brindar un servicio de calidad a los clientes que permita favorecer las actividades y prestigio de la empresa.</p>	
DEBILIDADES (D)	ESTRATEGIAS (DO)	ESTRATEGIAS (DA)
<p>(D1)Existen peligros y riesgos significativos dentro de la empresa. (D2)La empresa debe mejorar que sus servicios se realicen sin extravíos errores u omisiones. (D3)No actúan de forma diligente cuando ocurre algún imprevisto. (D4)El servicio que prestan los proveedores de la empresa no es excelente. (D5)El personal que labora en la empresa no tiene buena apariencia.</p>	<p>(O1, D1) Realizar un plan de capacitación al personal. (O2, D5) Planificar charlas, cursos y conferencias relacionados con el tema de motivación, que contribuyan a la formación del personal. (O2,D4)Mejorar las habilidades y destrezas de los proveedores de la empresa a través de conferencias que le permitan captar clientes</p>	<p>(A7, D1) Desarrollar un mecanismo que le permita a la empresa actuar de forma diligente cuando ocurra algún imprevisto con respecto a peligros y riesgos significativos en la empresa. (A5, D2) Fomentar la capacitación y adiestramiento del personal para contrarrestar los extravíos errores u omisiones en la empresa</p>

Fuentes: Autoras.2017

Una vez realizado el análisis de los elementos internos y externos de la calidad del servicio en la empresa distribuidora de pescado DIPESCA, C.A. puerto sucre, estado Sucre, se procedió a la determinación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de esta, y es a través de la matriz DOFA surgieron las siguientes estrategias:

- Estrategias (FO):
- Dar a conocer la misión y visión de la Empresa.
- Usar tecnologías de información para apoyar el alcance de los objetivos organizacionales
- Dar a conocer las funciones de cada cargo.
- Seguir los lineamientos establecidos para cumplir las actividades requeridas.
- Realizar evaluación de los manuales y procedimientos en la empresa.
- Desarrollo de las actividades de la empresa, apoyadas en las tecnologías y la capacidad innovadora.
- Lograr la coordinación e integración con diferentes áreas para ofrecer un servicio de calidad.

- Aprovechar el acceso de la información para mejorar el control, coordinación y toma de decisiones.
- Desarrollar estrategias que brinden al cliente precios accesibles
- Realizar jornadas periódicas de degustación para que los clientes conozcan el producto y que le permita a la empresa brindar un servicio eficiente y eficaz a sus clientes.
- Aprovechar la tecnología para mejorar la calidad del servicio en la empresa.
- Apoyarse en las telecomunicaciones para mejorar las actividades y hacer del servicio que brinda la empresa óptima.
- Fomentar día a día el desarrollo de las nuevas innovaciones y hacer eficiente y eficaz el servicio de la misma.
- Desarrollar estrategias que le brinden al cliente satisfacción y comodidad a la hora de solicitar sus servicios.
- Utilizar las telecomunicaciones para transmitir información a través de las redes sociales de provecho para la organización.
- Seguir haciendo diagnósticos internos que favorezcan al desarrollo de las actividades de dicha empresa.
- Aprovechar el acceso a la información para facilitar el desarrollo de las actividades en tiempo y espacio real.
- Aprovechar las competencias de los empleados para seguir prestando un servicio eficiente a sus clientes.
- Seguir incentivando la constancia y capacitación del personal para el desarrollo de las actividades pertinentes.
- Seguir fomentando los valores, el trato, la ética del personal a través de charlas para seguir emprendiendo la eficiencia y eficacia del servicio hacia sus clientes.
- Seguir desarrollando estrategias que les permitan ejercer las actividades con honestidad y fiabilidad
- Aprovechar las nuevas tecnologías para dar respuestas con prontitud.
- Seguir contribuyendo con el desarrollo e innovación de forma adecuada para el desarrollo de las actividades de la empresa.
- Aprovechar al máximo las telecomunicaciones ya que ellas permiten el desarrollo, interacción y coordinación de las diferentes actividades.

- Aprovechar al máximo la habilidad del proveedor para brindar un servicio de calidad.
 - Estar a la vanguardia con los nuevos sistemas para ser más competitivos en el mercado.
 - Afianzarse cada día más en mecanismos que le ayuden a tener conocimiento sobre los servicios que ofrece.
 - Fomentar la comunicación e interacción de los empleados hacia los clientes.
 - La atención al cliente debe ser con respeto y amabilidad ya que representa elementos de gran relevancia para el desarrollo de sus actividades.
 - Estar pendiente que día a día el servicio que ofrece la empresa sea veraz.
 - Fortalecer cada día la creencia y honestidad de la empresa hacia sus clientes con respecto al servicio que ofrece.
 - Hacer que los clientes siempre tengan acceso a información pertinente sobre los productos que ofrece.
 - Establecer mecanismos de acción que faciliten el contacto con la empresa a la hora de solicitar un servicio.
 - Tomar medidas necesarias para que la información llegue a sus clientes de forma clara entendible y apropiada.
 - En la empresa se debe aplicar herramientas que permitan conocer cuáles son las dudas o quejas de los clientes en cuanto al servicio que ofrece.
 - Ofrecer al cliente buena atención a la hora de solicitar alguno de sus servicios.
 - Mantener al personal motivado y trabajando en equipo para brindar al cliente un servicio de calidad.
 - Ofrecer al cliente un servicio de calidad a través de las redes sociales.
 - Es necesario fomentar la relación entre el personal y cliente ya que es de suma importancia para el éxito de la empresa.
 - Brindar un servicio de calidad a los clientes que permita favorecer las actividades y prestigio de la empresa.
- Estrategias (FA):
 - Definir los valores de la empresa para que esta contribuya en el logro de los objetivos y metas propuestas.

- Establecer mecanismos de acción que ayuden a regularizar los precios de los productos que ofrece la empresa.
- Ofrecer servicios de calidad que se adapten a la situación actual del país y a las necesidades de los clientes.

- Estrategias (DO):
 - Realizar un plan de capacitación al personal.
 - Planificar charlas, cursos y conferencias relacionados con el tema de motivación, que contribuyan a la formación del personal.
 - Mejorar las habilidades y destrezas de los proveedores de la empresa a través de conferencias que le permitan captar clientes.

- Estrategias (DA):
 - Desarrollar un mecanismo que le permita a la empresa actuar de forma diligente cuando ocurra algún imprevisto con respecto a peligros y riesgos significativos en la empresa.
 - Fomentar la capacitación y adiestramiento del personal para contrarrestar los extravíos errores u omisiones en la empresa.

Las estrategias antes mencionadas son resultantes del diagnóstico estratégico realizado de la calidad del servicio en la empresa distribuidora de pescado DIPESCA, C.A. puerto sucre, estado sucre, mediante la Matriz DOFA, las cuales tienen el propósito de contrarrestar todas aquellas amenazas, aprovechar todas esas oportunidades que se presentan en el entorno, aumentar las fortalezas y disminuir las debilidades existentes en la en la empresa.

4.5-Acciones estratégicas necesarias para la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

Las acciones estratégicas, se definen como los elementos necesarios para comunicar las propuestas a un grupo de personas con características de uso e interpretación; es decir, son aquellas que orientan hacia la formulación de estrategias. A

continuación se presentan las acciones estratégicas a implementar para contrarrestar las debilidades y amenazas encontradas en la calidad del servicio de la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA C.A Puerto Sucre, estado Sucre.

- Realizar diagnósticos para favorecer el desarrollo de las actividades de dicha empresa; a fin de:
 - Optimizar la eficiencia y eficacia del servicio hacia sus clientes.
 - Ofrecer servicios de calidad que se adapten a la situación actual del país y a las necesidades de los clientes.
 - Contribuir con el desarrollo e innovación de forma adecuada para el desarrollo de las actividades de la empresa con respecto a la calidad del servicio que brinda.
 - Aprovechar la tecnología para la mejora de la calidad del servicio en la empresa.

- Ser mas competitivo en el mercado, mediante la implementación de sistemas novedosos que le permitan:
 - Ofrecer al cliente buena atención a la hora de solicitar alguno de sus servicios.
 - Aplicar herramientas para conocer cuáles son las dudas o quejas de los clientes en cuanto al servicio que ofrece.
 - Ofrecer al cliente un servicio de calidad a través de las redes sociales.

- Fortalecer cada día la creencia y honestidad de la empresa hacia sus clientes con respecto al servicio que ofrece; a través de:
 - El fomento de la relación entre el personal y cliente ya que es de suma importancia para el éxito de la empresa a través de charlas, conferencias entre otros.
 - Brindando un servicio de calidad a los clientes que permita favorecer las actividades y prestigio de la empresa.
 - Cultivando el respeto y amabilidad ya que representa elementos de gran relevancia para el desarrollo de sus actividades.
 - Estar al pendiente que día a día el servicio que ofrece la empresa sea veraz.

CONCLUSIONES

- La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.
- La comunicación con los clientes tiene que ser lo más humana posible. La humanidad genera cercanía y ésta, a su vez, conduce a la confianza, lo que finalmente se traduce en más ventas y más ingresos. Es esa humanidad la se encuentra en la mayoría de las compañías cuando tratan de comunicar sus mensajes y presentar sus productos a los consumidores. La gran mayoría de empresas fallan en este aspecto crucial para retener a sus clientes y captar nuevos clientes.
- En los mercados actuales, cada vez se hace más complejo permanecer en ellos generando un beneficio sostenible, por tanto es propicio para los teóricos de la gerencia generar más soluciones y realizar nuevas estrategias que se acoplen a esa diversidad de condiciones a las cuales están expuesta las organizaciones dentro de los grandes procesos de cambios, centrados en proporcionar las mejores condiciones para los trabajadores, dignificando la humanidad de las tareas que se llevan a cabo, cuestión que hace importante introducir herramientas que ayuden a la armonización tanto de las condiciones de trabajo como de los beneficios de la empresa.

RECOMENDACIONES

Ante los constantes cambios, a consecuencia de la tecnología, mercados más complejos, modificaciones estructurales, calidad y productividad, nuevos conocimientos y herramientas administrativas, es necesario retomar la importancia del bienestar del talento humano y sus competencias, proponiendo estrategias que logren objetivos garantizando así la permanencia en el mercado, la innovación en mercados sin que esto vaya en detrimento de la deshumanización del trabajo.

- Realizar programas de capacitación en función de los objetivos propuestos por la empresa, con el objetivo de concienciar a los empleados acerca de la importancia de consolidar competencias necesarias para realizar mejor su trabajo y ser más productivos.
- Estimular la participación de los trabajadores, involucrándolos en el diseño de planes, proyectos y programas, tomando en cuenta las opiniones, deseos, y objetivos de las personas a nivel laboral con la finalidad de motivarlos y mantener elevada su estima laboral.
- Establecer una unidad/oficina de comunicación y mercadeo que se encargue de la elaboración y coordinación de estrategias comunicacionales, que permitan informar las ventajas y beneficios laborales de cada uno de los trabajadores de la organización.
- Implantar programas continuos de capacitación relacionados con el desarrollo y reforzamiento de las competencias como: capacitación tecnológica, liderazgo, manejo de tecnologías, manejo de equipos de trabajo, que permitan desarrollar sus habilidades no solamente profesionales sino personales. Crear planes de incentivos, en los cuales se vean reflejadas las necesidades de los trabajadores, a manera de concienciar el valor que tiene para la empresa.
- Realizar actividades grupales para el personal, tales como: grupos focales, convivencias, entre otros, de todos los niveles jerárquicos, con el fin de lograr promover prácticas que generen mayor confianza y mejores relaciones interpersonales.

- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la empresa, con la finalidad de evitar desviaciones y resultados desfavorables, y compartir los resultados favorables, para generar incentivos y promover liderazgos.

BIBLIOGRAFÍA

Textos Consultados

- Arias, F. 2006. El proyecto de investigación. 5ta Edición. Editorial Episteme. Venezuela.
- Camisón, C., Cruz, S., y González, T. 2007. Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas. Editorial Pearson educación, S. A. Madrid.
- Crosby, P. 1988. La organización permanece exitosa. Editorial McGraw-Hill. México.
- Cuatrecasas, Ll. 2005. Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación. 3era Edición. Editorial Gestión 2000. Barcelona.
- David, F. 2008. Conceptos de administración estratégica. 1a edición. Editorial Pearson Prentice Hall. México.
- Deming, W. 1989. Calidad, productividad y competitividad: salida de la crisis. Editorial Díaz de Santos. Madrid.
- Dess, G. y Lumpkin, G. 2003. Dirección estratégica: creando ventajas competitivas. McGraw Hill. Madrid.
- Diccionario de la Lengua Española Plus. 2008. Edición 2003. Editorial Norma. Colombia.
- Grönroos, C. 1994. Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Editorial Díaz de Santos. Madrid.
- Ishikawa, K. 1986. ¿Qué es control total de la calidad?. Editorial normal. Colombia.
- Johnson, G., y Scholes, K. 2001. Dirección estratégica. 5ta Edición. Editorial Prentice Hall. Madrid.
- Juran, J. M. 1990. Juran y la planificación de la calidad. Editorial Díaz de Santos. Madrid.
- Koontz, H., y Weihrich, H. 1998. Administración. Una perspectiva global. Editorial McGraw Hill. México.
- Mintzberg, H. y Quinn, B. 1995. El Proceso estratégico. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A: México.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. 1993. Calidad total en la gestión de los servicios. Editorial Díaz de Santos S.A. Madrid

Robbins, S y Coulter, M. 2005. Administración. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.

Stoner, J., Freeman, R. y Gilbert, D. 1996. Administración. 6ta Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.

Serna, H 1999. Gerencia estratégica: Planeación y gestión-teoría y metodología. 2da Edición. Editorial Bogotá. 3R Editores.

Serna, H. 2011. Gerencia estratégica. 10a Edición. Bogotá, D.C.

Tamayo y Tamayo, M. 2006. El Proceso de la investigación científica. Noriega editores. México.

Trabajos de Grado

Malavé R., Elka. 2001. Planificación Estratégica para la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT). Trabajo de Ascenso. Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre. Venezuela.

Alfonso, A. y Lombardo, G. 2012. Diseño de un Plan de Riesgos Laborales en el área de Producción de la empresa DIPESCA, C.A, ubicada en Sector Puerto Sucre, de la ciudad de Cumaná, Estado Sucre. Universidad Politécnica Territorial del Oeste, Clodosbaldo Russian. Venezuela.

Leyes

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.860. Diciembre, 1999.

Código Orgánico Tributario. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.916. Marzo, 2000.

Ley de Comercio Marítimo. Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de Venezuela N° 38.351. Enero, 2006.

Ley General de Marinas y Actividades Conexas. Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de Venezuela N° 37.570. Noviembre, 2002.

Ley Orgánica del Sistema Venezolano para la Calidad. Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de Venezuela N° 37.555. Octubre, 2002.

Ley de Pesca y Acuicultura. Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de Venezuela N° 5.877. Marzo, 2008.

Ley de Zonas Pesqueras. Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de

Venezuela N° 37.319. Noviembre, 2001.

Directorio Web.

<http://www.aulamarketing.net>

<http://www.celuz.org>

<http://www.Estadosucre.galeon.com>

<http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s03.htm>

<http://www.greenfacts.org>

<http://www.gestiopolis.com>

<http://www.insopesca.gob.ve>

<http://www.renatamarciniak.wordpress.com>

<http://www.oecd.org>

<http://www.Web.ua.es>

ANEXOS

Cumaná, Febrero del 2017

Ciudadano(a):

Presente.

Muy gratamente nos dirigimos a usted en la oportunidad de hacer de su conocimiento, que actualmente estamos cursando estudios en la Universidad de Oriente y en este momento nos encontramos en proceso de realización del Trabajo de Grado **“ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO SUCRE ESTADO SUCRE”**, el cual tiene como objetivo definir el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, Estado Sucre.

Así mismo, le informamos que a efectos de obtener la información necesaria para el desarrollo del trabajo, se requiere la aplicación de un cuestionario que ha sido estructurado para tal fin, cuyo objeto es estrictamente académico y la información suministrada se manejará de manera confidencial. Las preguntas han sido inspiradas en función de los objetivos específicos de la investigación, y del mismo se desprenderán los elementos de análisis sobre los que se debe prestar especial atención. Agradeciendo su receptividad y colaboración en el sentido de responder el cuestionario antes indicado, a fin de obtener información requerida

Atentamente,

Gizeth Acosta
C.I: 21.095.227

Rosbel Amaya
C.I: 19.979.350

Brizeidy Malavé
C.I: 18.667.660

CUESTIONARIO

“ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO SUCRE ESTADO SUCRE”.

HOJA DE CONTROL

(No escriba en los espacios punteados)

Nº.....

NOMBRE DEL ENCUESTADO: _____

CARGO QUE OCUPA: _____

FECHA: _____

INSTRUCCIONES GENERALES

Antes de comenzar a llenar el presente cuestionario, es importante seguir las siguientes instrucciones:

- a) Lea cuidadosamente cada una de las preguntas que se le presentan.
- b) En las preguntas con alternativas a seleccionar, marque con una equis (X) su respuesta.
- c) Trate en lo posible de responder todas las preguntas.
- d) Escriba en forma clara y legible.

CUESTIONARIO
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA
EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PESCADO DIPESCA, C.A PUERTO
SUCRE ESTADO SUCRE.

I.- Elementos internos, a considerar en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre, con respecto a la calidad del servicio.

A.- Aspectos Generales

A.1.- Misión

1) ¿Existe una misión en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

a) Si _____ b) No _____

Si la respuesta es afirmativa, pase a la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la pregunta N° 6.

2) ¿La misión de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre se encuentra planteada por escrito?

a) Si _____ b) No _____

3) ¿La misión de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre es conocida y compartida por todos los miembros de la empresa?

a) Si _____ b) No _____

4) ¿Están orientadas las labores en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre con la misión?

a) Si _____ b) No _____

5) ¿La misión de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre posee elementos relativos a la calidad del servicio?

a) Si _____ b) No _____

A.2.- Visión

6) ¿Existe una visión en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

a) Si _____ b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 11.

7) ¿La visión de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se encuentra planteada por escrito?

a) Si _____ b) No _____

8) ¿La visión de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es conocida y compartida por todos los miembros?

a) Si b) No

9) ¿Están orientadas las labores de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre en función a la visión?

a) Si b) No

10) ¿La Visión de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre posee elementos relativos a la calidad del servicio?

a) Si b) No

A.3.- Objetivos

11) ¿Están claramente establecidos los objetivos de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

a) Si b) No

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 14.

12) ¿Los objetivos de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se encuentran acorde con los elementos de la calidad del servicio?

a) Si b) No

13) ¿Realiza la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre análisis estratégico que le permitan alcanzar los objetivos de la organización?

a) Si b) No

A.4.- Funciones

14) ¿Conoce usted con claridad las funciones relacionadas con el cargo que ocupa en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

a) Si b) No

15) ¿Qué tan importante son las funciones que cumple en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

a) Muy importantes b) Poco importantes c) Nada importante

A.5.- Manual y Procedimientos

16) ¿Cuenta la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre con un manual de sistemas y procedimientos?

a) Si b) No

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 19.

17) ¿Conoce usted todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

18) ¿Con qué frecuencia aplica usted todo lo establecido en el manual de sistemas y procedimientos de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Siempre _____ b) Casi siempre _____ c) Nunca _____

A.6.- capacitación

19) ¿Se le ofrece a usted capacitación para laborar en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

20) ¿Cada cuánto tiempo la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre capacita al personal que labora en ella?

- a) Anual _____
b) Semestral _____
c) Trimestral _____
d) Otro _____ Especifique: _____

B.- Medición de la calidad

B.1. Ponderación del Servicio.

B.1.1.-Demora y Puntualidad

21) ¿Cree usted que en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre la información de los servicios ofrecidos, es puntual y sin demoras?

- a) Si _____ b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 24.

22) ¿Cree usted que los servicios que brinda actualmente la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre llegan a sus clientes de forma puntual?

- a) Si _____ b) No _____

23) ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre posee un medio de comunicación interno eficiente?

a) Si b) No

B.1.2 Extravíos y Errores u Omisiones

24) ¿Considera usted que en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre los servicios que ofrece, se realizan sin extravíos, errores u omisiones?

a) Si b) No

25) ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es eficiente en cuanto al procesamiento de sus productos?

a) Si b) No

B.1.3 Aceptabilidad

26) ¿Cree usted que el servicio que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es de aceptación por sus clientes?

a) Si b) No

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 28.

27) ¿El producto que ofrece la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cumple con los requisitos necesarios para ser aceptado por los clientes?

a) Si b) No

B.1.4 Pérdidas Definitivas y Precios

28) ¿Cree usted que las pérdidas definitivas en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son causas de los costos de los servicios que ofrece?

a) Si b) No

29) ¿Cree Usted que los precios de los servicios que ofrece la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son accesibles para los clientes?

a) Si b) No

B.2 Apreciación por los sentidos.

B.2.1 Reparaciones y Curaciones

30) ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza reparaciones y mantenimiento de los equipos?

a) Si b) No

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N°32.

31) ¿Con que frecuencia en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se realiza mantenimiento y reparación de los equipos?

- a) Siempre _____ b) Casi siempre _____ c) Nunca _____

B.2.2 Disfrute y Degustación

32) ¿Cree usted que los clientes disfrutan del servicio que brinda Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

33) ¿Actualmente la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza jornadas de degustación de sus productos?

- a) Si _____ b) No _____

B.2.3 Adaptabilidad

34) ¿Cree usted que el servicio que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se adapta a las necesidades de sus clientes?

- a) Si _____ b) No _____

B.2.4 Defectos

35) ¿Considera usted que el servicio que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es satisfactorio?

- a) Si _____ b) No _____

B.2.5 Satisfacción y Comodidad

36) ¿En la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se toma en cuenta la satisfacción y la comodidad del cliente?

- a) Si _____ b) No _____

B.2.6 Conveniencia

37) ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre transmite información de provecho para la organización, a través de las redes sociales?

- a) Si _____ b) No _____

B.2.7 Diagnóstico y Exactitud

38) ¿Considera usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre realiza diagnóstico interno para conocer las debilidades y fortalezas de la organización?

a) Si _____ b) No _____

B.3.- Comportamientos y Actitudes.

B.3.1 Competencia o Incompetencia

39) ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con un personal competente para el desempeño y éxito de la organización?

a) Si _____ b) No _____

B.3.2 Profesionalismo

40) ¿Cree usted que el procesamiento de información de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se ejerce de forma profesional?

a) Si _____ b) No _____

B.3.3 Capacidad y Constancia

41) ¿Cree usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre tiene un personal con la capacidad necesaria para desarrollar las actividades?

a) Si _____ b) No _____

42) ¿Considera usted que el personal de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre llevan a cabo sus labores con constancia para alcanzar las metas propuestas?

a) Si _____ b) No _____

B.3.4 Educación, Trato y Amabilidad

43) ¿Considera usted que la educación del personal que labora en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es la apropiada para desarrollar sus actividades?

a) Si _____ b) No _____

44) ¿Considera usted que el trato que brinda el personal que labora en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre hacia sus clientes es amable?

a) Si _____ b) No _____

B.3.5 Honestidad y Confiabilidad

45) ¿Cree usted que la labor que desempeña la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre transmite confiabilidad y honestidad a sus clientes?

a) Si _____ b) No _____

B.3.6 Diligencia

46) ¿Cuando ocurre algún imprevisto en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre con respecto a la entrega del servicio que ofrece actúan de forma diligente?

a) Si _____ b) No _____

B.3.7 Atención y Prontitud

47) ¿Considera usted que la atención que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es eficiente?

a) Si _____ b) No _____

48) ¿Considera usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre da respuesta a sus clientes con prontitud?

a) Si _____ b) No _____

C4.- Criterios para Evaluar el Servicio.

C.4.1.- Elementos Tangibles.

C.4.1.1 Apariencia de las Instalaciones Físicas, Equipos y Oficinas.

49) ¿La Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con instalaciones adecuadas para desarrollar sus actividades?

a) Si _____ b) No _____

50) ¿Las oficinas de Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se encuentran dotadas con equipos necesarios para poder desempeñar sus labores?

a) Si _____ b) No _____

C.4.1.2 Personal y Medios de Comunicación

51) ¿En la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se utiliza la telefonía fija como medio de comunicación interna?

a) Si _____ b) No _____

52) ¿El personal de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuenta con una telefonía móvil como medio de comunicación interna?

a) Si _____ b) No _____

C.4.2 Fiabilidad

C.4.2.1 Habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada

53) ¿En la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se toma en cuenta la habilidad del proveedor para realizar el servicio de forma fiable y adecuada?

- a) Si b) No

C.4.3 Profesionalismo

C.4.3.1 Posesión de las Capacidades Requeridas

54) ¿Los empleados de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre cuentan con las competencias y capacidades requeridas para ejercer sus actividades?

- a) Si b) No

C.4.3.2 Conocimiento de la realización del servicio.

55) ¿A la hora de realizar un servicio la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre tiene conocimiento de ello?

- a) Si b) No

C.4.4 Cortesía

C.4.4.1 Atención y Consideración

56) ¿La atención de los empleados de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre hacia los clientes que requieren sus servicios es de manera considerada?

- a) Si b) No

C.4.4.2 Respeto y Amabilidad del personal que trata el cliente

57) ¿El trato del personal de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre hacia los clientes es con respeto y amabilidad?

- a) Si b) No

C.4.5 Credibilidad

C.4.5.1 Veracidad

58) ¿El servicio que ofrece la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se presta con veracidad?

- a) Si b) No

C.4.5.2 Creencia y Honestidad en el servicio que se provee.

59) ¿Existe creencia y honestidad por parte de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre en el servicio que provee a sus clientes?

- a) Si b) No

C.4.6 Seguridad

C.4.6.1 Inexistencia de Peligros y Riesgos o Dudas

60) ¿Existen peligros o riesgos significativos dentro la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

C.4.7 Accesibilidad

C.4.7.1 Capacidad de un Servicio de ser Accesible

61) ¿Los servicios que brinda la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre son accesibles a sus clientes?

- a) Si _____ b) No _____

C.4.7.2 Facilidad para establecer Contacto.

62) ¿Es fácil establecer contacto con la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre a la hora de solicitar un servicio?

- a) Si _____ b) No _____

C.4.8 Comunicación

C.4.8.1 Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender

63) ¿La Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre utiliza un lenguaje apropiado y entendible para informar a sus clientes?

- a) Si _____ b) No _____

C.4.8.2 Saber Escuchar

64) ¿Considera usted que la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre escucha a sus clientes?

- a) Si _____ b) No _____

D.5.-Dimension de la Calidad del Servicio.

D.5.1.- Calidad Técnica

D.5.1.1 Relación Cliente- Proveedor

65) ¿Cómo considera la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre, el servicio que prestan sus proveedores?

- a) Excelente _____ b) Bueno _____ c) Malo _____

D.5.2 Calidad Funcional

D.5.2.1 Actitud y Comportamiento de los empleados

66) ¿Considera usted que la atención prestada a los clientes de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre se realiza con buena actitud y buen comportamiento?

- a) Si _____ b) No _____

73) ¿Cuáles de estos aspectos económicos inciden en la calidad del servicio en la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| a) Política cambiaria del país _____ | f) Devaluación de la moneda _____ |
| b) Pronósticos económicos _____ | g) Salario mínimo _____ |
| c) Tamaño del mercado _____ | h) La competencia _____ |
| d) Índice de desempleo _____ | i) La inversión _____ |
| e) Inflación _____ | j) Control de precios _____ |

B.2.2 Inflación

74) ¿Cree usted que la inflación y el índice de desempleo afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 76.

75) ¿En qué grado afecta la inflación y el índice de desempleo la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Alto _____ b) Medio _____ c) Bajo _____ d) Nulo _____

B.2.3 Devaluación

76) ¿Cree usted que las políticas cambiarias afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 78.

77) ¿En qué grado afectan las políticas cambiarias la calidad del servicio de Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Alto _____ b) Medio _____ c) Bajo _____ d) Nulo _____

B.2.4 Ingresos Percapita

78) ¿Cree usted que las medidas económicas afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____ b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 80.

- 79) ¿En qué grado afectan las medidas económicas la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Alto ____ b) Medio ____ c) Bajo ____ d) Nulo ____

B.2.5 Producto Interno Bruto (PIB)

- 80) ¿Cree usted que las tasas de interés afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Si ____ b) No ____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 86.

- 81) ¿En qué grado afectan las tasas de interés la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Alto ____ b) Medio ____ c) Bajo ____ d) Nulo ____

- 82) ¿Cree usted que los impuestos afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Si ____ b) No ____

- 83) ¿En qué grado afectan los impuestos la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Alto ____ b) Medio ____ c) Bajo ____ d) Nulo ____

- 84) ¿Considera usted que la situación económica actual del país afecta la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Si ____ b) No ____

- 85) ¿En qué grado afecta la situación económica actual del país la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
a) Alto ____ b) Medio ____ c) Bajo ____ d) Nulo ____

C. Aspectos Sociales

- 86) ¿Cuáles de los aspectos sociales mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?
- a) Pérdida de valores _____
 - b) Conformismo de la sociedad con las situaciones dadas _____
 - c) Manifestaciones públicas _____
 - d) Desempleo _____
 - e) Distribución del ingreso del país _____
 - f) Exigencia de los consumidores _____

- g) Inseguridad _____
- h) Los programas sociales implementados por el gobierno _____
- i) Reputación de la empresa _____
- j) Responsabilidad social de la empresa _____
- k) Todas las anteriores _____
- l) Ninguna de las anteriores _____
- m) Otros _____ Especifique: _____

87) ¿Cree usted que la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas afectan la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre

- a) Si _____
- b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 91.

88) ¿En qué grado es la incidencia de la inseguridad, delincuencia y las manifestaciones públicas sobre la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Alto _____
- b) Medio _____
- c) Bajo _____
- d) Nulo _____

89) ¿Afectan los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre

- a) Si _____
- b) No _____

90) ¿En qué grado afectan los programas y trabajos sociales implementados por el gobierno la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre

- a) Alto _____
- b) Medio _____
- c) Bajo _____
- d) Nulo _____

D. Aspectos Políticos y Legales

91) ¿Cuáles de estos aspectos políticos y legales mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Elecciones _____
- b) Normas y leyes que regulan la actividad de la empresa _____
- c) Legislación y reforma de leyes. _____
- d) Privatización o nacionalización de empresas por el gobierno. _____
- e) Estabilidad política del país _____
- f) Falta de credibilidad en algunas instituciones del Estado. _____
- g) Ley Orgánica del Trabajo _____
- h) Normas ISO. _____

- i) Todas las anteriores _____
- j) Ninguna de las anteriores _____
- k) Otros _____ Especifique: _____

92) ¿Considera usted que la situación política actual del país perjudica la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre

- a) Si _____
- b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 95.

93) ¿Cuál es el grado de incidencia de la situación política actual del país sobre la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Alto _____
- b) Medio _____
- c) Bajo _____
- d) Nulo _____

E. Aspectos Tecnológicos

94) ¿Cuáles aspectos tecnológicos inciden en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Telecomunicaciones _____
 - b) Nuevas tecnologías _____
 - c) Facilidad de acceso a la tecnología _____
 - d) Otros _____
- Especifique: _____

95) ¿Podrían considerarse los avances tecnológicos beneficiosos para la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____
- b) No _____

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta N° 99.

96) ¿Cuál es el grado de beneficio de los avances tecnológicos en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Alto _____
- b) Medio _____
- c) Bajo _____
- d) Nulo _____

97) ¿Utiliza el Departamento de Administración de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre software contables novedosos?

- a) Si _____
- b) No _____

F. Factores Geográficos

98) ¿Cuáles de los aspectos geográficos mencionados a continuación inciden en la calidad del servicio de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Acceso a la empresa. _____
- b) Dificultad del transporte terrestre. _____
- c) Ubicación de la empresa. _____
- d) Todas las anteriores _____
- e) Ninguna de las anteriores _____
- f) Otros _____ Especifique: _____

99) ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre es la más idónea?

- a) Si _____
- b) No _____

100) ¿Existe dificultad en cuanto a acceso vial para la Empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre?

- a) Si _____
- b) No _____

“GRACIAS POR SU DEDICACIÓN, APOYO Y COLABORACIÓN”

HOJAS DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	Análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre estado Sucre.
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Amaya Esparragoza Rosbel del Carmen	CVLAC	19.979.350
	e-mail	Rosbel_amaya1989@hotmail.com
	e-mail	
Acosta Ramírez Gizeth Alejandra	CVLAC	21.095.227
	e-mail	Gizeth_27@hotmail.com
	e-mail	
Malave Brizeidy Yolimar	CVLAC	18.667.660
	e-mail	Malavebrizeidy@gmail.com
	e-mail	
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Análisis estratégico, calidad del servicio, estrategias.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Administración

Resumen (abstract):

La calidad del servicio es una parte fundamental de toda empresa ya que satisfacer el servicio debe ser parte primordial en la política del negocio y el enfoque central del plan estratégico en la atención al cliente como un proceso encaminado a la consecución en la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como el posicionamiento de la empresa en el mercado. Son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes, en cuanto a la calidad, eficiencia o servicio personal. Este trabajo de investigación se enfoca en definir el análisis estratégico de la calidad del servicio en la empresa Distribuidora de Pescado DIPESCA, C.A Puerto Sucre, estado Sucre, para este proyecto se realizó una observación directa mediante un estudio de campo de tipo descriptivo, logrando obtener un diagnostico detallado de las debilidades y fortalezas de las necesidades y requerimientos de la empresa en donde los directivos deben mejorar las estrategias de la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que la vida de la organización depende de ello. Para mantener una organización en el mercado, es necesario entre otras cosas mejorar el ambiente de trabajo, ofrecer al personal formación laboral y capacitación profesional, realizar nuevas estrategias enfocadas en la calidad de bienes y servicios, y atención de sus clientes haciendo que estos sea un factor que prevalezca en las actividades diarias del negocio. Y permitir que los clientes tengan la oportunidad de hacer aportes. Una de las formas de mejorar la relación comercial con los clientes, es preguntándoles lo que piensan sobre los servicios y cómo se los podría mejorar para servir al cliente mejor. Dicha investigación se focalizó en un estudio de los clientes internos y externos del negocio.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail				
Dra. Damaris Zerpa de Márquez	ROL	C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/>	A <input checked="" type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/>	T <input type="checkbox"/> U <input type="checkbox"/>	J <input type="checkbox"/> U <input type="checkbox"/>
	CVLAC	5.706.787			
	e-mail	Dzerpa2gmail.com			
	e-mail				
Dra. Rosmary Veltri	ROL	C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/>	A <input checked="" type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/>	T <input type="checkbox"/> U <input type="checkbox"/>	J <input type="checkbox"/> U <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	10.215.340			
	e-mail	Rosmary2807@gmail.com			
	e-mail				

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2017	03	03

Lenguaje: SPA

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
CursoEspecialdeGrado-AmayaAcostaMalave.doc	Application/word

Alcance:

Espacial: UNIVERSAL

Temporal: INTEMPORAL

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado(a) en Administración

Nivel Asociado con el Trabajo: Licenciado(a)

Área de Estudio:

Administración

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR <i>[Firma]</i>
FECHA 5/8/09 HORA 5:30


Cordialmente,
[Firma]
JUAN A. BOLAÑOS CUNVELO
Secretario

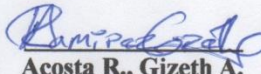
C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

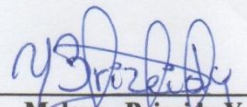
JABC/YGC/maruja

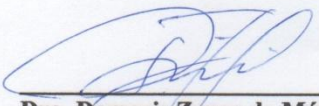
Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso- 6/6

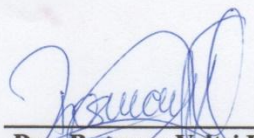
Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009) : “los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario para su autorización”.


Amaya E., Rosbel del C.
C.I.Nº: 19.979.350
Autor 1


Acosta R., Gizeth A.
C.I.Nº: 21.095.227
Autor 2


Malave., Brizeidy Y.
C.I.Nº: 18.667.660
Autor 3


Dra. Damaris Zerpa de Márquez
C.I.Nº: 5.706.787
Jurado Asesor I


Dra. Rosmary Veltri Rosal
C.I.Nº: 10.215.340
Jurado Asesor II