



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN AUTOMÓVIL CLUB DEL ECUADOR ANETA. AGENCIA-
BABAHOYO**

EGRESADA (O):

XIOMARA JELEXNY GÓMEZ JÁCOME

TUTOR:

ING. MILTON GUILLÍN NUÑEZ

AÑO 2022

Resumen

Automóvil Club del Ecuador Aneta, es una empresa creada como escuela de aprendizaje, cuya intención es formar nuevos conductores en base a capacitaciones técnicas, mecánica y legal que permita un buen desempeño del conductor en las carreteras del país. El presente estudio de caso tiene como objetivo analizar la satisfacción de los clientes en dicha empresa. La metodología empleada para el desarrollo de la investigación es el descriptivo que a su vez es de carácter cualitativo y cuantitativo en donde se ejecutó una entrevista dirigida al gerente de la Agencia de la ciudad de Babahoyo, y una encuesta a dirigida a los empleados de dicha empresa con preguntas relacionada a la temática del caso. Los resultados de la investigación permitieron determinar que la satisfacción de los clientes de Aneta Automóvil Club del Ecuador, Agencia Babahoyo, es insuficientes, es decir los usuarios de los servicios que ofrece esta empresa no se sienten satisfechos en realidad, de los encuestados prácticamente solo el 28% se siente satisfecho con el servicio, por lo tanto, esta empresa debe mejorar. El estudio de caso permitió concluir que uno de los problemas que surge es la falta de personal eso genera malestar e inquietudes a los usuarios por el motivo que se les hace esperar demasiado por falta de personal que los atiendan.

Palabras Claves: Atención, Clientes, Dirección, Planificación, Actividades.

Abstract

Automóvil Club del Ecuador Aneta, is a company created as a learning school, whose intention is to train new drivers based on technical, mechanical and legal training that allows a good performance of the driver on the roads of the country. The objective of this case study is to analyze customer satisfaction in this company. The methodology used for the development of the research is descriptive, which in turn is qualitative and quantitative, where an interview was conducted with the manager of the agency in the city of Babahoyo, and a survey was conducted with the employees of the company with questions related to the subject of the case. The results of the investigation allowed determining that the satisfaction of the clients of Aneta Automóvil Club del Ecuador, Babahoyo Agency, is insufficient, that is to say, the users of the services offered by this company do not feel satisfied in reality, of those surveyed practically only 28% feel satisfied with the service, therefore, this company must improve. The case study allowed concluding that one of the problems that arises is the lack of personnel that generates discomfort and concerns to users because they are made to wait too long due to lack of personnel to attend them.

Keywords: Customer Service, Clients, Management, Planning, Activities.

Introducción

La empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo, es una empresa privada que se dedica a brindar servicios en temas de capacitación en conducción, educación vial y asistencia vehicular, a los habitantes de la provincia de Los Ríos, recintos aledaños y personas que residen en el país, la empresa se creó el 13 de febrero del 1950, tiene 71 años de existencia y cuenta con 24 sucursales en todo el Ecuador, esta empresa surgió en una conversación cuando un grupo de caballeros Quiteños consideraron que no era posible que Ecuador quedara aislado del movimiento que surgía en Latinoamérica, entonces cristalizaron esa idea, en donde su propósito es generar satisfacción de sus usuarios.

El objetivo de este estudio de caso es analizar el nivel de satisfacción que tienen los clientes de ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo, con el fin de identificar si la empresa necesita nuevos métodos para ofertar un servicio de calidad para los clientes, de tal manera que se cumplan las expectativas e inquietudes de cada uno de los clientes de este servicio, por lo cual mediante la entrevista dirigida al gerente y las encuestas aplicadas a la clientela, se obtiene información necesaria para realizar un correcto análisis sobre la satisfacción de los clientes en dicha institución.

El presente trabajo está enmarcado en la línea Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control y tiene como sublínea de Investigación “Empresas e Instituciones Públicas y Privadas”, esto se debe a que ANETA (Automóvil Club del Ecuador), Agencia-Babahoyo, es una empresa privada que oferta servicios, por lo tanto la satisfacción de los clientes es fundamental, porque se trabaja con la finalidad de ofrecer un servicios de calidad, para que esto

genere incremento de usuarios con lo cual se pueda cumplir las metas propuestas y generar estabilidad en el establecimiento.

El método utilizado en el trabajo de investigación es descriptivo, este método permite recopilar información para evaluar puntos importantes en la satisfacción de los clientes de la empresa, para esto se utilizó el manejo de herramientas como la entrevista, la cual estará dirigida al gerente de la institución, otra herramienta será las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa y a los consumidores de los servicios de la entidad, para lo cual se desarrollará varias preguntas relacionadas a la satisfacción de los usuarios.

Los resultados que se obtuvieron en esta investigación están basados en el nivel de satisfacción de los clientes, con relación a los servicios que brinda esta empresa, una de las debilidades que tiene ANETA, es que existe escasez de personal administrativo, falta de implementación de nuevos métodos y técnicas que generen mayor la demanda por parte de los clientes, y además carece de una planificación de actividades, es por ello que se genera inconformidad, e insatisfacción en los usuarios.

Desarrollo

Justificación

El presente caso de estudio se lleva a cabo bajo la importancia de que en el presente estudio de caso se analizan las problemáticas existentes en la empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo que afectan a la satisfacción de los clientes, la idea surgió a causa de conocer el lugar y saber sobre las problemáticas las cuales han afectado significativamente al correcto desarrollo y gestión de la empresa y lo que ha influido a que la atención al cliente brindado por la empresa sea ineficiente, lo cual ha generado malestar en insatisfacción en los clientes.

Entre los principales problemas detectados en la empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo, es la falta de personal para atención al cliente, siendo la secretaria la encargada de atender a los clientes y que en ocasiones tiene exceso de trabajo lo cual influye en la atención brindada. Además, se constató que no cuentan con el número suficiente de profesores de conducción ocasionando inconvenientes al momento de impartir las clases a los estudiantes y clientes en las horas establecidas, por lo que se los hace esperar demasiado tiempo por la falta de personal que los atiende, por lo tanto, esto genera descontento en los clientes que reciben los servicios que entrega la institución.

En los últimos meses ha presentado cambios constantes en los horarios, esto perjudica a los profesores de conducir, porque no tienen establecida la hora de comida, ellos imparten clases desde las 6:00 am hasta las 20:00 pm, no tienen una buena planificación, debido a esto existen alumnos que no reciben sus horas de capacitación de conducción completas, estos problemas

han ocasionado malestares en los clientes, porque no reciben el p nsum académico que les indicaron desde un principio

Además, no existe una correcta capacitación de los empleados. La ausencia de una adecuada capacitación impide que el personal pueda resolver los problemas o dudas que tengan los clientes, algunos usuarios no se sienten seguros al momento de dialogar y realizar los exámenes con la psicóloga, debido a que la empleada no se toma el tiempo suficiente para dar un servicio de calidad al momento de atender a los clientes, a ella le falta una buena capacitación para brindar una adecuada atención a los clientes.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo

Objetivos específicos

- Identificar como es la atención al cliente en la empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo
- Determinar la influencia de la atención en los clientes en la empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo
- Conocer la satisfacción de los clientes en la empresa ANETA (Automóvil Club del Ecuador) Agencia-Babahoyo

Marco teórico

Atención al cliente

La atención al cliente se la puede definir como aquel servicio que es prestado y proporcionado por la empresa que vende servicios o comercializa productos, entre otros, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso de que necesiten expresar quejas, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas de solución que brinda esta industria o campo de actividad a los consumidores, la empresa los clientes deben ponerse en contacto con este servicio

Para Caravaca (2022); “la calidad de atención al cliente es uno de los factores principales para añadir valor al cliente”. Los clientes son cada vez más exigentes, no solo buscan precio, calidad sino también buen servicio, ambiente agradable, comodidad, trato personalizado y rapidez en el servicio. Sin duda, el éxito de una empresa dependerá fundamentalmente de la satisfacción de las necesidades de sus clientes, ya que ellos son el protagonista básico, el factor más importante que interfiere en el juego empresarial. Una buena atención al cliente no solo debe brindarse durante el proceso de compra, sino que debe estar presente en toda la relación con el cliente y estar siempre en contacto con él, ya sea a través de encuestas o simplemente para hacerle preguntas, ver si necesita más servicio o cuando el servicio está siempre, manteniéndose siempre de buen humor y siempre ofreciendo un buen servicio (ATCOM, 2018).

Robayo Rodriguez (2017) expresa que un buen servicio;

Como el determinar y crear las necesidades del mismo, también de guiar al cliente a la adquisición del producto o de los servicios que se oferten, y de acompañar al cliente en el período de post venta con el objetivo de que se pueda conocer la satisfacción del cliente.

De lo contrario, si existe problemas de atención al cliente, los usuarios y clientes pierden tiempo porque la atención al cliente es muy lenta, inadecuada o no pueden obtener la información en el momento indicado, lo que genera mala reputación de la empresa. Para evitar esta problemática las empresas deben poner más atención para brindar un servicio de calidad a usuarios y clientes. Las buenas experiencias de servicio al cliente se construyen estructurando todos los puntos de las interacciones de una organización con los clientes. Adaptar diferentes procesos orientados al cliente crea una mejor experiencia, y esa experiencia puede ser un factor determinante en el consumo de los clientes.

Por lo tanto, una empresa que preste una atención de calidad a los clientes es una empresa que;

- Conoce muy bien a sus clientes; tanto existentes como potenciales.
- Anticiparse a las necesidades y expectativas de sus clientes.
- Crear propuestas de valor para los clientes en base a sus necesidades, expectativas y requerimientos.
- Diálogo abierto y transparente con sus clientes.
- Innova para sus clientes y los vincula a esta innovación.
- Proporcionar los recursos necesarios para garantizar la calidad del servicio.

- Es responder, analizar, monitorear y revisar la respuesta del cliente.
- Aprende de tus puntos fuertes y crea oportunidades de mejora.

Cabe resaltar, que para que exista una adecuada atención a los clientes es fundamental que la planificación de la empresa esté orientada a cumplir objetivos mediante una excelente atención al cliente, de acuerdo a (Burdiles, Castro, & Simian, 2019) la planificación se entiende como; “aquella acción en la que se establecen objetivos concretos y específicos, que están enfocados al problema que se va a resolver, así como identificar medios para alcanzar metas”. De lo contrario la carencia de una adecuada planificación ocasiona que las acciones orientadas a la atención al cliente no sea las adecuadas, debido a que no se cumplen con los objetivos empresariales planteados por la empresa. Romero & Zabala (2018) expresan que la planificación;

Es el proceso mediante el cual los tomadores de decisiones recopilan, procesan y analizan información dentro y fuera de una organización, con el objetivo de evaluar la situación actual de la empresa, así como predecir y decidir en consecuencia hacia el futuro juntos.

Es decir, que una correcta planificación permite una mejor organización de las áreas y recursos de la empresa, una mejor coordinación de tareas y actividades, y un mejor control y evaluación de los resultados, gracias a que permite comparar fácilmente los resultados obtenidos con los resultados planificados. Además, es fundamental para el cumplimiento de los objetivos de la empresa y para la optimización de sus recursos.

Importancia de la atención al cliente

El mercado cada vez es más competitivo en el cual las empresas están inmersas hoy en día, hace que el servicio o producto en sí no sea el factor principal que una empresa ofrezca, además, es fundamental la ventaja de diferenciarse de los demás por medio de proporcionar un valor añadido, tales como una atención al cliente fuerte. Bajo esta premisa, la preparación y consideración para brindar una buena atención al cliente es casi imprescindible en estos días para todas las empresas.

La importancia de prestar una atención de calidad a los clientes, trae beneficios para la empresa tales como;

- Clientes fieles y satisfechos.
- Aumento de ventas: más ventas por cliente, ventas más frecuentes al mismo cliente y más clientes nuevos ganados por clientes satisfechos.
- Optimizar la imagen y reputación de la organización.
- Diferenciarse de la competencia.
- Menos desperdicio en marketing. Las empresas que ofrecen una calidad deficiente se ven obligadas a recorrer un largo camino e invertir en marketing para atender a los clientes que pierden continuamente.
- Pocas quejas y reclamos de los clientes.
- Empleados satisfechos, mejor ambiente de trabajo; para que los empleados sean más productivos.

Satisfacción al cliente

La satisfacción al cliente comúnmente se la conoce como el sentimiento o la actitud del cliente, hacia un producto o servicio ofertado por una empresa. Cuando un cliente encuentra el producto o servicio que busca y además recibe una buena atención por parte de los vendedores y otros empresarios, queda muy satisfecho y eso hace que regrese y más aún, nos recomiende a otros clientes potenciales. Para el Centro de Investigación de Mercado (2022)

La satisfacción del cliente se define como la forma en que una persona al adquirir un servicio o producto encuentra satisfechas sus necesidades y deseos y además supera sus expectativas, es decir, de tal forma que un servicio prestado al cliente crea en él una percepción certera. de cómo la empresa puede cumplir con sus requisitos.

La capacidad de analizar e investigar la satisfacción del cliente ayuda a crear una cultura de mejora continua, enfocada en satisfacer las necesidades del cliente, creando mayor valor para él, entregando más de lo que tiene. Por lo tanto, es fundamental tener un enfoque completo en el cliente, conocer al cliente, saber qué piensa y por qué piensa, es decir, es necesario realizar un seguimiento constante en cuanto a las opiniones y sugerencias que el mismo cliente brinda, en ocasiones clientes insatisfechos a través de reclamos o declaraciones que ayudan a las empresas a identificar debilidades en el servicio que brindan, enfocándose en una mejor capacidad de respuesta a los requerimientos del cliente final. Al tener conocimiento de esto, la empresa tiene una mayor visión, oportunidad y poder para mejorar la calidad del producto o servicio que brinda.

Vanegas (2022) manifiesta que; “La satisfacción del cliente es la medida para fidelizarlo”. El objetivo de la fidelización de clientes es fidelizar a las personas que han comprado productos

o contratado de los servicios de una empresa a través de una serie de experiencias positivas de marca. Los clientes leales a la marca valoran la calidad y la experiencia que la marca brinda en los productos o servicios que compran, más que el precio. Cuando se genera la satisfacción de los clientes, habrá un mejor ambiente de trabajo y el desempeño laboral de los empleados será más óptimo.

Desempeño laboral

Bautista Cuello (2020) manifiesta que el desempeño laboral; “Son las acciones y comportamientos llevados a cabo por los empleados para ayudar a alcanzar las metas establecidas por el éxito de la empresa”. Por esta razón, las empresas deben contar con colaboradores competentes, por lo que para saber si los colaboradores están desempeñando sus funciones de acuerdo a lo establecido en sus cargos, es necesario evaluar el desempeño ya que ayudará a mejorar la eficiencia e implementación de estrategias. Barboza, Rivera, & Peralta (2021)

Un adecuado desempeño es obtenido por un adecuado ambiente de la organización, este se logra con individuos idóneos, los que se asocien a la cultura de la organización y muestren capacidades para desarrollar actividades que se les asigne y contribuya en el logro de objetivos.

Una adecuada evaluación del desempeño laboral permitirá conocer a las empresas los puntos débiles y fuertes de sus empleados, ya que la evaluación del desempeño es una herramienta valiosa para administrar las acciones de un gerente de área cuyo objetivo principal

es medir el trabajo y desempeño de los empleados. Quiroz Martínez, Balseca Quirumbay, & Leyva Vázquez (2018) argumentan que;

Para que exista un buen desempeño por parte de los trabajadores se debe contar con el control emocional y buen comportamiento para el desarrollo de las emociones comunicacionales. Los factores que inciden positivamente en las emociones de una persona conducen a relaciones armoniosas, con el objetivo de ser un cliente satisfecho con la atención.

Para obtener un desempeño laboral es fundamental que las empresas capaciten correctamente a sus empleados, de acuerdo a Rodríguez & Pérez (2019) la capacitación es; “el proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan al logro de los objetivos de la organización”. Por lo tanto, la capacitación juega un papel fundamental en el desempeño de las tareas, actividades y funciones, ya que es el proceso mediante el cual los trabajadores adquieren los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes para interactuar en el ambiente laboral y realizar las tareas asignadas. En cualquier organización, es importante capacitar a los empleados de manera continua y efectiva para que puedan planificar, conocer y llevar a cabo sus actividades de manera concurrente con otros trabajadores para poder tomar decisiones acertadas (Rengifo Maco, 2018).

Metodología

Para el desarrollo del presente caso de estudio concerniente a la Satisfacción de los Clientes en Automóvil Club del Ecuador Aneta. Agencia-Babahoyo, se implementó la metodología descriptiva, que de acuerdo a QuestionPro (2022); “La investigación descriptiva tiene la tarea de precisar las características de la población objeto de estudio. Esta metodología se enfoca más en el “qué” que en el “por qué” del tema de investigación.” es decir, que este tipo de investigación se encamina hacia el conocimiento de la realidad inherente, donde el investigador intenta comprender las características del fenómeno en estudio, enfocándose en un evento como objeto de su investigación. Por lo tanto, permitió el análisis de la Satisfacción de los Clientes en Automóvil Club del Ecuador Aneta. Agencia-Babahoyo.

Además, como técnicas de recolección de información se implementó la entrevista dirigida al gerente de la empresa, que, según el Equipo editorial, Etecé (2020) es; “una entrevista es un intercambio de ideas o puntos de vista a través de una conversación que se lleva a cabo entre dos o más personas.” De tal forma, mediante la aplicación de la entrevista al gerente de la empresa Automóvil Club del Ecuador Aneta. Agencia-Babahoyo se recolectó información necesaria para la investigación.

La encuesta para Westreicher (2020) es; “es una técnica utilizada en el campo de la investigación para ayudar a obtener datos cualitativos y cuantitativos necesarios para el análisis preciso de ciertos temas. Hacen que el proceso de encontrar esta información sea más rápido y eficiente”. Mediante la aplicación de la encuesta a 10 trabajadores de la empresa se pudo constatar los motivos por lo que no brindan una atención al cliente de calidad, además, se aplicó

una encuesta a 60 clientes donde se obtuvo datos concretos y fidedignos sobre cómo se sienten con la con la atención al cliente de la empresa Automóvil Club del Ecuador Aneta. Agencia-Babahoyo.

Resultados obtenidos

Al aplicar los instrumentos de recolección de la información tal como la entrevista en la empresa Automóvil Club del Ecuador Aneta, Agencia-Babahoyo, se detallan a continuación los aspectos más relevantes de la información brindada y son estos datos los que han servido de base:

Tabla 1

Resultados de la entrevista aplicada al gerente de la empresa

Orden	Preguntas	Datos encontrados
1	¿Qué servicios ofrece al cliente la empresa Automóvil Club del Ecuador Aneta?	Brinda servicios de aprendizaje y conducción con personal adecuado.
2	¿Cómo considera la atención al cliente que brinda la institución?	No muy buena, porque se han recibido quejas por parte de los estudiantes.
3	¿Cree que los clientes de la institución están satisfechos?	No en su totalidad, porque en ocasiones no cumplen con sus expectativas.
4	¿Qué estrategias usa para atraer a los clientes?	Mediante publicidad y una buena atención al cliente.
5	¿Con que frecuencia capacita a su personal para llevar a cabo sus tareas?	El personal es contratado cada 3 meses, y el mismo es renovado
6	¿Cómo maneja a su personal para asignarles tareas?	El personal ya sabe que es lo que debe de realizar no es necesario asignarles tareas.

Fuente: Entrevista aplicada al gerente de la empresa

Elaborado por: Xiomara Jalexny Gómez Jácome

Al analizar la entrevista obtenida en base a la información del gerente de la empresa ANETA Automóvil Club del Ecuador Agencia Babahoyo, se puede determinar que ofrecen servicios de aprendizaje y formación para futuros conductores con personal apropiado, pero aquí se puede observar también que la atención al cliente brindado por la institución no es muy buena, lo que ha provocado que los usuarios y clientes se sientan insatisfecho por el servicio recibido. Además, no existe una adecuada capacitación del personal, lo que no permite que se desenvuelvan correctamente en el lugar de trabajo, de tal manera genera malestar en los clientes.

Al aplicar la encuesta a los empleados y a los clientes se obtiene la siguiente información y se detallan a continuación:

Tabla 2

Cursos de capacitación para mejorar el servicio al cliente

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	0	0%
Frecuentemente	0	0%
A veces	2	20%
Rara vez	6	60%
Nunca	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa

Elaborado por: Xiomara Jelexny Gómez Jácome

Dentro de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los empleados de la entidad, se pudo determinar que la mayoría de los empleados manifestaron que rara vez reciben cursos de capacitación cuya finalidad sea mejorar el servicio al cliente, por lo que no podrán mejorar sus habilidades, actitudes, conducta y conocimientos al momento de realizar la atención al cliente,

ya sea para resolver alguna duda del cliente o algún problema, sin duda alguna estas capacitaciones ayudarán a mejorar la eficiencia de los trabajadores para que estos ofrezcan un servicio de calidad y de esa manera alcanzar alto niveles de productividad y dar soluciones inmediatas a los usuarios.

Tabla 3
Calidad de atención brindada

Opciones	Frecuencia	%
Muy Buena	9	15%
Buena	6	10%
Regular	20	34%
Mala	23	38%
Muy mala	2	3%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa

Elaborado por: Xiomara Jelexny Gómez Jácome

Como se evidencia en los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de Aneta (Automóvil Club del Ecuador) Agencia Babahoyo, se pudo identificar que la calidad de atención al cliente de la empresa es considerada como mala por el 38% de las personas que llenaron la encuesta, el 3% considerada muy mala, el 34% de regular, y solo el 15% considera que la atención al cliente es buena y 10% muy buena. Sin duda unas cifras poco alentadoras para la agencia, donde la mayor parte de la molestia de los usuarios son porque los empleados no tienen empatía al momento de atenderlos, además se demoran en dar soluciones y no aceptan los errores que suelen cometer.

Tabla 4

Satisfacción de los clientes brindada por los profesores de conducción.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente Satisfecho	7	11%
Muy Satisfecho	10	17%
Neutral	15	25%
Poco satisfecho	24	40%
Muy Insatisfecho	4	7%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa

Elaborado por: Xiomara Jelexny Gómez Jácome

De los datos obtenidos, se puede observar que el 100% de los clientes encuestados, el 11% manifestó que están totalmente satisfecho, el 17% muy satisfecho, el 25% indicaron que están neutral, sin embargo, el 40% menciono que están poco satisfecho y el 7% muy insatisfecho, por lo tanto, se puede determinar que la mayor cantidad de usuarios están poco satisfecho con la atención que le brindan los profesores de conducir, ya que consideran que las expectativas que tenían de la Agencia no se cumplieron, porque los profesores no le brindan el servicio completo, en ocasiones suelen estar ausentes, esto genera malestar a los usuarios porque no le dan soluciones inmediatas.

Conclusiones

La carencia de personal al cliente, es uno de los problemas que más influye en la satisfacción de los clientes, debido a que la secretaria es la que se encarga de brindar dicho servicio que no forma parte de sus funciones asignadas, por lo cual en ocasiones ella pasa ocupada con las tareas que son de sus funciones y a su vez atiende a los clientes lo que le impide brindar una adecuada atención, esto produce que tenga una alta carga de trabajo y por lo tanto su desempeño en las funciones que debe cumplir es bajo.

La falta de profesores de conducción en la empresa ANETA Automóvil Club del Ecuador Agencia-Babahoyo es un problema significativo, lo que ocasiona dificultades al momento de impartir las clases a los estudiantes y clientes en las horas establecidas, por tal motivo los clientes suelen esperar demasiado tiempo, debido a que la empresa no cuenta con el número de profesores que le permita impartir las clases a los alumnos y que en ocasiones los horarios cambian, por lo tanto, esto genera descontento en los usuarios que reciben los servicios que entrega la institución.

Los clientes de la empresa ANETA Automóvil Club del Ecuador Agencia-Babahoyo, mediante la encuesta manifestaron que se sienten insatisfecho, debido a que no reciben sus horas de capacitación de conducción completas, además se sienten inconforme con la atención al cliente brindada por la empresa por lo que al momento de querer despejar alguna duda o resolver algún problema, no es atendido a tiempo, no le resuelven adecuadamente dichas dudas o problemas que tenga.

La ausencia de capacitaciones adecuadas para los empleados les imposibilita atender correctamente los problemas o dudas de los clientes, algunos usuarios no se sienten seguros hablando y realizando exámenes con psicólogos, debido a que el personal no dedica el tiempo suficiente para dar un buen servicio al momento de atenderlos, debido a que la persona encarga no ha sido capacitada adecuadamente para brindar un correcto servicio al cliente. Por lo tanto, la empresa se debe enfocar en realizar un plan de capacitación sobre la satisfacción al cliente.

Bibliografía

Equipo editorial, Etecé. (25 de Septiembre de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Entrevista:

<https://concepto.de/entrevista/>

ATCOM. (29 de Enero de 2018). *ATCOM*. Obtenido de Importancia de la atención al cliente:

<https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente>

Barboza, S., Rivera, R., & Peralta, Y. (2021). Clima organizacional y desempeño laboral en el hotel

Las Vegas de la ciudad de Jaén. *Revista Pakamuros*, 9(1), 92-101.

Bautista Cuello, R. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista de*

Investigación Valor Agregado, 7(1), 109-121.

Burdiles, P., Castro, M., & Simian, D. (2019). Planificación y factibilidad de un proyecto de

investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.004>.

Caravaca, E. (21 de Enero de 2022). *Andalucialab*. Obtenido de

<https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>:

<https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>

Centro de Investigación de Mercado . (2022). *Centro de Investigación de Mercado (CIM)*.

Obtenido de Satisfacción al cliente: <https://www.ciminvestigacion.com/satisfaccion-del-cliente/>

QuestionPro. (25 de Febrero de 2022). *QuestionPro*. Obtenido de ¿Qué es la investigación

descriptiva?: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Quiroz Martinez, M., Balseca Quirumbay, A., & Leyva Vázquez, M. (2018). Estudio cualitativo de reconocimiento de emociones en tiempo real para la atención al cliente utilizando DEEPLENS FACE DETECTION. *Revista Investigación Operacional*.

Rengifo Maco, R. (2018). *Proceso de capacitación y el desempeño laboral del personal administrativo del organismo de evaluación y fiscalización ambiental, Lima 2017 [Tesis de Maestría, Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo]*. Repositorio Digital Institucional, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/16316>

Robayo Rodriguez, A. (07 de Abril de 2017). *Repository.unimilitar*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16203/RobayoRodriguezAlejandro2017.pdf;sequence=3>

Rodriguez, C., & Pérez, R. (s.f.). *CONSIDERACIONES PARA EL ENCADENAMIENTO EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL PROCESO DE CAPACITACIÓN: UNIVERSIDAD-EMPRESA CONSTRUCTORA INTEGRAL ISLA DE LA JUVENTUD*. Obtenido de <http://media.uj.edu.cu/ISLACIENCIA-2021/SIMPOSIOS/Simposio%208%20Dr.%20C.%20Fidel%20V/135%20CUB%20UIJ%20Pon%20ENCADENAMIENTO%20EMPRESARIAL%20PROC%20CAPACITACION%20CONSTRUCTORA%20INTEGRAL%20ISLA%20DE%20LA%20JUVENTUD.pdf>

Romero, J., & Zabala, K. (2018). Planificación estratégica financiera en las cadenas de farmacias familiares del estado de farmacias familiares del estado. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIV(4), 9-25.

Vanegas, K. (2022). *Dinterweb*. Obtenido de Satisfacción del cliente: ¿Cuál es su importancia?: <https://blog.dinterweb.com/valor-del-producto-vs-valor-del-cliente>

Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Encuesta:

<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Anexos

Anexo # 1

Entrevista aplicada al gerente de la empresa

¿Qué servicios ofrece al cliente la empresa Automóvil Club del Ecuador Aneta?

¿Cómo considera la atención al cliente que brinda la institución?

¿Cree que los clientes de la institución están satisfechos?

¿Qué estrategias usa para atraer a los clientes?

¿Con que frecuencia capacita a su personal para llevar a cabo sus tareas?

¿Cómo maneja a su personal para asignarles tareas?

Anexo #2**Encuesta Aplicada A Los Empleados De La Empresa****1. ¿Su jefe es respetuoso?**

- Siempre
- Frecuentemente
- A veces
- Rara vez
- Nunca

2. ¿Recibe usted cursos de capacitación para mejorar el servicio al cliente?

- Siempre
- Frecuentemente
- A veces
- Rara vez
- Nunca

3. ¿Considera fundamental los cursos de capacitación para su desarrollo laboral?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Se siente cómodo con el espacio de trabajo?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Medianamente satisfecho
- Insatisfecho
- Muy Insatisfecho

5. ¿El ambiente de trabajo lo motiva para trabajar?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. ¿La comunicación con su jefe es positiva?

- Siempre
- Frecuentemente
- A veces
- Rara vez
- Nunca

7. ¿Usted tiene una buena relación con sus compañeros de trabajo?

- Siempre
- Frecuentemente
- A veces
- Rara vez
- Nunca

8. ¿La empresa se preocupa por su bienestar?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Anexo #3**Encuesta aplicada a los clientes de la empresa****1. ¿Cómo calificarías la calidad de la atención recibida por parte de los empleados de la Agencia?**

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

2. ¿Está satisfecho con la forma en que el empleado de servicio al cliente atendió su consulta?

- Totalmente satisfecho
- Muy satisfecho
- Neutral
- Poco satisfecho
- Muy insatisfecho

3. ¿Cuáles son las probabilidades de que usted visite de nuevo la agencia?

- Muy probable
- Probable
- Neutro
- Improbable
- Muy improbable

4. ¿Qué tan satisfechos están con el servicio que le brinda la agencia?

- Totalmente satisfecho
- Muy satisfecho
- Neutral
- Poco satisfecho
- Muy insatisfecho

5. ¿Qué tan receptivo han sido el equipo de servicio al cliente a sus inquietudes?

- Extremadamente receptivo
- Muy receptivo
- Moderadamente receptivo
- Poco receptivo
- Nada receptivo

6. ¿Está satisfecho con la atención que brinda los profesores de conducción?

- Totalmente satisfecho
- Muy satisfecho
- Neutral
- Poco satisfecho
- Muy insatisfecho

7. ¿Cómo ha sido la atención que brinda la empresa en la modalidad On-line?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

8. ¿Cuánto tiempo aproximadamente tuvo que esperar para ser atendido por parte de la agencia?

- Más de 50 minutos
- Entre 30 a 40 minutos
- Entre 25 a 15 minutos
- Entre 5 a 10 minutos
- Menos de 5 minutos

Anexo # 4

Carta de Autorización

Babahoyo, 08 de marzo del 2022

Sr(a)

Juan Carlos Celleri Velásquez

GERENTE DE AUTOMÓVIL CLUB DEL ECUADOR ANETA. AGENCIA-BABAHOYO.

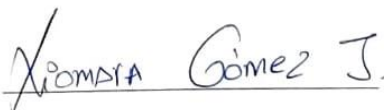
En su despacho:

De mis consideraciones

Yo **XIOMARA JELEXNY GÓMEZ JÁCOME**, con cédula de identidad **1207119791**, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, carrera de Ingeniería Comercial/Comercio, matriculado(a) en el proceso de Titulación periodo Diciembre 2021 – Abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi caso de estudio denominado “Satisfacción de los Clientes en Automóvil Club Del Ecuador Aneta. Agencia-Babahoyo” el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente,



Gómez Jácome Xiomara Jelexny

120711979-1



Anexo # 5

Informe de Urkund



Document Information

Analyzed document	GOMEZ JACOME XIOMARA - URKUND.docx (D131305669)
Submitted	2022-03-23T16:42:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	xgomez791@fafi.utb.edu.ec
Similarity	7%
Analysis address	mguillinn.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / ESTUDIO DE CASO CARRION.docx	 1
	Document ESTUDIO DE CASO CARRION.docx (D113057810)	
	Submitted by: jecarrion@fafi.utb.edu.ec Receiver: gencalada.utb@analysis.orkund.com	
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / FRANCO BURGOS MALLERLY MARILIN.docx	 1
	Document FRANCO BURGOS MALLERLY MARILIN.docx (D131239566)	
	Submitted by: mfranco157@fafi.utb.edu.ec Receiver: fmorales.utb@analysis.orkund.com	
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Estudio de Caso Edison Garcia.docx	 1
	Document Estudio de Caso Edison Garcia.docx (D131065610)	
	Submitted by: egarcia@fafi.utb.edu.ec Receiver: jmiranda.utb@analysis.orkund.com	
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Caso de Estudio kevin Rivera URKUND.docx	 2
	Document Caso de Estudio kevin Rivera URKUND.docx (D131118993)	
	Submitted by: kriviera952@fafi.utb.edu.ec Receiver: jnivela.utb@analysis.orkund.com	
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / GISSET EUGENIA ORELLANA CEDEÑO- ING MARIA ALEXANDRA RODRIGEZ.docx	 1
	Document GISSET EUGENIA ORELLANA CEDEÑO- ING MARIA ALEXANDRA RODRIGEZ.docx (D130893052)	
	Submitted by: gorellana282@fafi.utb.edu.ec Receiver: fmorales.utb@analysis.orkund.com	