



**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**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIATURA EN COMERCIO**

**TEMA:**  
**SERVICIO AL CLIENTE EN “PC SOLUCIONES” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

**ESTUDIANTE:**  
**PAOLA JEAMILEX BUSTAMANTE PÉREZ**

**TUTOR:**  
**ING. ROSENDO ARNOLDO GIL AVILEZ**

**AÑO 2022**

## CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
JUSTIFICACIÓN .....	5
OBJETIVOS .....	6
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	7
MARCO CONCEPTUAL .....	8
MARCO METODOLÓGICO.....	20
RESULTADOS.....	23
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	26
CONCLUSIONES .....	28
RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS .....	32

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Ecuador, el sector empresarial vivió un difícil periodo a raíz de las afecciones que se desencadenaron por la pandemia del Covid-19, donde la crisis comercial y económica generó pérdidas para muchos negocios, los cuales tenían dificultades para adaptar su servicio a la nueva normalidad, ya que surgieron nuevas necesidades en el mercado debido a los cambios que impuso la emergencia sanitaria.

La virtualidad de actividades laborales y educacionales, aumentó considerablemente la demanda de dispositivos móviles, computadoras y productos complementarios como audífonos, mouse, entre otros, esto hizo que las empresas que expenden artículos de tecnología gestionen eficientemente su stock y puedan satisfacer las necesidades de los consumidores, para aprovechar la oportunidad del mercado, mejorando su rentabilidad después de registrar bajos niveles en ventas por los meses más trágicos del confinamiento.

La gestión logística tiene gran incidencia en la parte comercial de una empresa, por lo tanto es fundamental que exista una planificación de tareas internas para ofrecer a los compradores, productos en la calidad y cantidad requeridos, a un costo que no desfavorezca a la organización, ni al consumidor, por ende para garantizar un buen servicio al cliente los negocios deben evitar los excedentes o la escases en su stock.

En la ciudad de Babahoyo, los establecimientos suelen tener inconvenientes en el manejo de inventario y logística, a causa, de que no siempre se usan sistemas computarizados que les permitan llevar un efectivo control de sus mercancías, lo que consecuentemente afecta sus labores comerciales al incumplir con los pedidos de los compradores.

El negocio PC Soluciones de la ciudad Babahoyo, presenta una problemática que se vincula al servicio al cliente, debido a que no siempre se puede disponer de mercadería para cumplir con las demandas de los consumidores, como efecto de que hay falencias en el control de inventario y el almacenaje, ya que no se hacen los pedidos para abastecimiento cuando se acaba la mercadería, y por otro lado se dan casos de excedentes, que debe almacenarse en bodegas muy lejanas al local, lo que además de representar un gasto extra, también provoca pérdidas en ventas, como efecto de que los clientes no se sienten satisfechos con tal servicio, y deciden comprar en otros lugares.

Frente a la situación actual, donde los artefactos tecnológicos son muy requeridos, a raíz de la virtualidad en que desarrollan muchas actividades, el negocio de PC Soluciones tiene una mayor demanda de sus productos, pero a su vez no registra un alto margen de ganancias, debido a que su gestión de inventarios tiene ciertas falencias, lo que consecuentemente no permite brindar un servicio de calidad a los clientes, generando pérdidas en ventas, y al vincularse a los costos variables por almacenaje, transporte, guardianía y adecuación de bodegas, se da una influencia negativa en la rentabilidad del negocio. Ante tal contexto surge la interrogante ¿De qué manera el servicio al cliente influye en los resultados comerciales de “PC Soluciones”?

Por ello, es evidente que los problemas internos están teniendo repercusiones en el servicio al cliente de PC Soluciones, razón por la cual, a pesar de la alta demanda, es difícil satisfacer las necesidades de los consumidores, quienes al encontrar desventajas en el servicio, buscan otras empresas competidoras y el negocio sufre afecciones a nivel comercial.

## JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente estudio tiene sus bases en que el servicio al cliente es un determinante clave para alcanzar el éxito comercial, como efecto de que los consumidores en muchos casos priorizan la calidad del servicio que una empresa ofrece durante todo el proceso de compra, es decir no solo se tiene un enfoque en el producto como tal. Por lo tanto, para que una organización garantice un buen servicio al cliente, debe cumplir con las expectativas del comprador, siendo puntual en los pedidos, brindando una atención rápida, teniendo también disponibilidad de productos en la cantidad y calidad requeridos, lo cual agregue más valor al servicio, favoreciendo a la empresa y a los consumidores respectivamente.

En este trabajo, se realiza el estudio del caso del servicio al cliente en “PC Soluciones” de la ciudad de Babahoyo, el cual es un negocio que comercializa artículos de tecnología muy demandados en estos tiempos, a raíz de los cambios impuestos por la pandemia, donde muchas actividades se trasladaron a los entornos digitales. Esta realidad, aumentó la demanda de dichos dispositivos, sin embargo en “PC Soluciones” no se registra un incremento en su nivel de ventas, debido a las deficiencias en la gestión logística que se desarrolla.

Desde esta perspectiva es fundamental profundizar en el estudio del servicio al cliente en “PC Soluciones” reconociendo aquellos aspectos que afectan la calidad del servicio, consecuentemente con la razón por la que los consumidores deciden comprar en otros lugares, ya que esta situación tiene un impacto negativo en la rentabilidad del negocio, debido a que hay un aumento de costos y no se logra cubrir las necesidades del mercado de consumidores babahoyense.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Analizar el servicio al cliente de “PC Soluciones en la ciudad de Babahoyo, realizando un estudio de factores internos y externos referentes al caso.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual respecto al servicio al cliente de PC Soluciones, mediante una investigación a fuentes directas.
- Validar la opinión de los consumidores babahoyenses acerca del servicio que ofrece PC Soluciones, por medio de la aplicación de una encuesta a un grupo selecto de ciudadanos.
- Identificar la influencia del servicio al cliente en los resultados comerciales del negocio, mediante el análisis de procesos internos y sus efectos en el nivel de ventas de PC Soluciones.

## **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

En el desarrollo de este trabajo se ha considerado la línea de investigación de Gestión financiera administrativa, tributaria, auditoría y control, siguiendo la sub-línea de investigación de Marketing y Comercialización.

El presente Estudio de caso se relaciona con dichas línea y sublínea de investigación ya que se tiene como finalidad analizar el servicio al cliente de PC Soluciones de la ciudad de Babahoyo, a causa de que las afecciones en su rentabilidad se dan por fallas en su gestión logística, registrando un aumento de costos y un bajo nivel de ventas, por no disponer siempre de mercancías, lo que dificulta concretar ventas, porque el servicio es ineficiente y los clientes prefieren comprar en otros lugares. Por tanto, se requiere indagar cuestiones relacionadas al control interno en las organizaciones, enfatizando aquellos conceptos de inventarios, almacenaje y la incidencia de sus costos en la rentabilidad, así mismo es necesario contextualizar aspectos referentes al tema de servicio al cliente, para así consolidar una investigación acertada, según el caso planteado.

## MARCO CONCEPTUAL

El servicio al cliente es un aspecto indispensable para la diferenciación y reconocimiento de una empresa en el mercado. El término servicio al cliente se entiende como el conjunto de acciones interconectadas que ofrece la empresa durante todo el proceso de ventas, estas actividades se desarrollan con la finalidad de garantizar la satisfacción de las necesidades del cliente a lo largo del ciclo de comercialización (Solano, 2017).

Por lo tanto, el servicio al cliente es una herramienta potente para el establecimiento de relaciones sólidas y duraderos entre los clientes y la organización. Para las empresas ofrecer servicios de calidad, asegurando la satisfacción de los clientes es un aspecto de suma importancia a razón de que potencia la capacidad de retención de clientes lo que se refleja en beneficios a mediano y largo plazo, ya que contar con clientes fieles reduce los esfuerzos de la empresa para negociar con ellos, aumenta la posibilidad de que inviertan más y ayudan a remitir nuevos clientes (Daza R, Daza, & Pérez O, 2017).

En la ciudad de Babahoyo, el negocio PC Soluciones brinda un servicio al cliente que no mantiene altos estándares de calidad durante todo el proceso de venta, a causa de que se dan diferentes inconsistencias a nivel interno que no garantizan la satisfacción de los consumidores al efectuarse una transacción comercial, lo cual genera otras afecciones que desfavorecen al establecimiento.

Cabe resaltar que, servicio al cliente y atención al cliente, a pesar de ser términos muy relacionados son variables distintas, por una parte, el servicio al cliente busca ofrecer una experiencia integral completa, abarca desde el primer contacto con la marca y los procesos de negociación hasta la resolución de la venta y postventa. Es decir, posee un enfoque relacional,



encaminado a construir una relación con el cliente, y también pretende nutrir la imagen corporativa con la que la empresa quiere ser percibida en el mercado.

Como se ha mencionado en argumentos anteriores, el servicio al cliente incluye diferentes acciones que no se limitan a la interacción vendedor – comprador, sino que incluyen otros aspectos que pueden agregar valor a la oferta, o por el contrario desvalorizar un producto o servicio, según las percepciones y necesidades del consumidor.

Por otra parte, la atención al cliente constituye solo un elemento dentro del servicio al cliente, es el servicio que abarca el conjunto las acciones dirigidas a solucionar los problemas de los consumidores, gestionar las quejas, así como atender las inquietudes y brindar soporte técnico acerca de los productos. La atención al cliente presupone la existencia de un problema identificado por el cliente, el cual busca resolver mediante los canales de atención ofrecidos por la empresa, en este sentido, la atención al cliente es un elemento fundamental para la percepción de satisfacción en los clientes (Pincay & Parra, 2020).

El servicio al cliente comprendido como las acciones orientadas a ofrecer experiencias y satisfacer necesidades es un elemento intangible, continuo y sujeto a la variabilidad. Intangible porque son elementos que no pueden ser observado ni medidos físicamente, son de carácter subjetivo, así mismo el servicio al clientes un proceso continuo, se desarrolla en todas las interacción que el cliente tiene con la marca, de manera que siempre se está transmitiendo algo.

El servicio al cliente puede influir positivamente en las operaciones comerciales de las empresas, a partir de que los consumidores se sientan satisfechos con la oferta y con todos los beneficios que brinda la marca, no obstante, puede traer repercusiones negativas si la organización

no consigue cubrir las necesidades del cliente, puesto que la imagen del negocio se ve afectada, atribuyéndose una mala reputación en el mercado y siendo perjudicial para el nivel de ventas.

Por otro lado, el servicio al cliente está sujeto a la variabilidad debido a que las organizaciones están divididas por áreas y subáreas o departamentos, en este sentido, el servicio al cliente prestado puede variar en función al área que desarrollo la gestión. Por lo tanto, es primordial que las empresas manejen políticas y clima laboral orientado al servicio al cliente, para que la experiencia percibida sea simultánea y general en todos los aspectos de la organización (González, Cabrera, & Piguave, 2017).

En este contexto, para la garantizar la calidad del servicio al cliente, este debe cumplir con algunos parámetros o características, de modo que debe ser:

**Amable:** el servicio se presta siempre desde las buenas prácticas relacionales, respeto, amabilidad, responsabilidad y demás cualidades orientadas al buen trato del cliente.

**Efectivo:** el servicio que se preste debe estar acorde a los requerimientos de cliente, de modo que responda en función de satisfacer las necesidades, es decir, se deben ofrecer soluciones pertinentes al problema.

**Oportuno:** se refiere a que el servicio se brinda en el tiempo y momento requerido, de manera ágil y pronta. Esto es esencial para cubrir dudas y concretar ventas ante el abordamiento precisos de las cuestiones planteadas.

**Confiable:** es indispensable transmitir seguridad y confianza al cliente, por lo que las palabras y el tono de voz utilizado, el trato, la infraestructura, el aspecto del producto y todos los aspectos relacionados a la empresa son elementos importantes para la generación de este valor.

Actualmente, vivimos en una era digital, como fruto de los avances tecnológicas que se han ido suscitando en las últimas décadas, en este sentido, las herramientas digitales se han adaptado a todos los aspectos de la vida de las personas y la sociedad, de modo que, ahora es común tenerlos presentes en los hogares, escuelas, lugares trabajos, espacios de ocio y recreación, es imposible concebir el mundo moderno sin aludir a la tecnología.

Este proceso de adaptación tecnológica también significó un cambio en la manera ver y hacer las cosas, favoreció los avances en los ámbitos de la salud, la educación, la ciencia, entre otros. En el contexto empresarial, con las nuevas tecnologías se crearon nuevos nichos de mercados, para pequeñas y medianas empresas constituyó un gran elemento para aumentar la competitividad de sus actividades y a nivel general, representó una nueva manera de hacer negocios (Weller, 2017).

Recientemente, el Ecuador y el mundo se enfrentó a una crisis sanitaria como producto del Covid-19, Por tal motivo los gobiernos de turno implementaron medidas para abordar la situación, como consecuencia las actividades social que involucraban la interacción de las personas quedaron prohibidas, se decretó toque de queda en todo el territorio, además se impuso la restricción de movilidad y se estableció confinamiento obligatorios a todos los ciudadanos.

Las medidas tomadas por los gobiernos significaron una recesión de actividades comerciales presenciales a todos los sectores de mercado a excepción de los de primera necesidad. Motivo por el cual gran parte del sector comercial de país registró pérdidas sustanciales en sus economías, lo que derivó posteriormente una crisis económica, que a día de hoy aún causa estragos en los ecuatorianos (Altamirano, Solorzano, Salazar, & Condolo, 2020).

No obstante, durante la pandemia se evidenció la capacidad de innovación de muchas empresas que supieron adaptar sus actividades al nuevo marco contextual que se desarrollaba en el país. Teniendo en cuenta que las actividades sociales, académicas y comerciales, en el nuevo marco de la normalidad, se desarrollan mediante la modalidad virtual las tendencias de mercado indicaban un auge de las herramientas tecnológicas.

Por consiguiente, el aumento en la demanda de artículos y materiales tecnológicos fue una gran oportunidad para las empresas de informática y derivadas para continuar generando ingresos a pesar de la crisis que se vivía. Aun así, a mayor demanda, mayor oferta, de modo que para aprovechar el auge del mercado los negocios tuvieron que aplicar estrategias de marketing eficientes, análisis de mercado, realizar campañas y generar contenidos de valor para atraer a la mayor cantidad de clientes, lograr posicionamiento y reconocimiento de la marca (Arellano, Rubio, & Lares, 2018).

En la ciudad de Babahoyo, efectivamente la demanda de artículos tecnológicos aumentó tras darse la virtualidad de muchas actividades, de modo que negocios como PC Soluciones, que comercializan mercadería de ese tipo, tenían una gran oportunidad en el mercado para mejorar su nivel de ventas, y en consecuencia su rentabilidad.

No obstante, el comercial babahoyense presentó fallas internas que no permiten concretar ventas de forma efectiva, debido a que los clientes no se sienten satisfechos con el servicio, y muestran desinterés por comprar en el lugar, donde no se entrega los pedidos a las fechas establecidas y en ocasiones los precios aumentan, porque el establecimiento registra mayores costos en sus gestiones.

El marketing digital por redes sociales fue un factor clave para la comercialización y posicionamiento en el mercado, ya las mismas ofrecen diversas herramientas versátiles y efectivas para dar a conocer, y potenciar diversos aspectos de la marca. Así mismo permite un acercamiento más personalizado con el cliente, favorecen la participación activa de los clientes mediante los contenidos multimedia, además de que aporte información estadística acerca de la repercusión de las estrategias de marketing.

Los clientes son el aspecto más relevante para las organizaciones, de modo que todas las estrategias de mercadeo y comercialización están dirigidas a la satisfacción de las necesidades del consumidor. Muchas veces los productos o servicios ofertados, a pesar de cubrir las características que busca el consumidor no basta para que cliente concrete el proceso de compra.

Bajo esta premisa, es pertinente destacar la importancia de generar un valor agregado a los productos o servicios. Un valor agregado se refiere de que además del producto, se ofrece con él un elemento único y distintivo, de modo que el destaque sobre los demás de similares características. El valor agregado es el plus adicional que ofrece una empresa a los clientes y genera valor dentro de la perspectiva del consumidor (Fernández & Bajac, 2018).

El valor agregado de un producto es de carácter subjetivo, en el sentido de que cada cliente lo percibe diferente, puede ser mayor o menor, el valor agregado está vinculado principalmente con las experiencias vividas durante el proceso de venta, el servicio y el trato que recibe, así como el grado de satisfacción influyen en la percepción de un producto como elemento más valioso (Monzón Citalán & Haro López, 2020).

En muchos casos, los clientes consideran importante aspectos que no se relacionan a los precios, ni a los productos, y llegan a tomar decisiones de compra en base a la confianza,

compromiso y servicio que brinde un establecimiento, debido a que hoy en día muchos negocios manejan muchas similitudes en sus ofertas, sin embargo presentan cambios en sus procesos internos, y esto es lo que puede agregar más valor a su servicio, haciendo que los consumidores prefieran comprar en una marca específica.

En la ciudad de Babahoyo, PC Soluciones registra inconvenientes a raíz de un mal servicio al cliente, esto se da porque los procedimientos internos se desarrollan de forma errónea y no se aporta valor a la oferta, sino que por el contrario se agregan desventajas para los compradores, como lentitud en la atención, desorganización de la mercadería, escasez de productos e incluso variaciones en los precios.

Las estrategias de marketing actuales manejan un enfoque orientado al cliente mas no al producto, en este aspecto, el objetivo final no es vender el producto sino la formación de un vínculo sólido y duradero con el cliente. Este vínculo constituye el valor agregado de la marca y está definido por la percepción de calidad del servicio experimentada por el cliente. Por otro lado, el valor agregado depende de la dirección de marketing que tome la empresa y en función a los aspectos que busque potenciar, en este sentido, se puede crear valor agregado en correlación estos elementos: personalización, prestigio de la marca, experiencias y en función a los precios.

Cada empresa difiere de otra en el tipo de actividad que desarrolla, los productos que vende o fabrica, en los medios de comercialización que utiliza y en general, en el tipo de gestión comercial y los planes estratégicos con los que se desenvuelve en el sector comercial. Por lo tanto, la cadena de suministros y los elementos que intervienen en ella se ven influenciada por las condiciones específicas propias de cada organización, las condiciones climáticas, geográficas y sociales también desempeña un rol fundamental en la forma en como las empresas gestionan sus ingresos y salidos (Arenal Laza, 2020).

Un inventario es un registro detallado y ordenado de los bienes que dispone la empresa, estos engloban todos recursos materiales con los que cuenta la empresa, clasificados y ordenados según sus características, procesos y ocupación (Cruz Fernández, 2017). En este sentido su administración se mantiene a nivel de las operaciones logísticas.

Los inventarios se manejan mediante la contabilidad que lleva la empresa, de modo se trata de inventarios contables, estos aumentan y disminuyen en función a las entradas y salidas que se registran en las bases contables, en este sentido, los inventarios contables no requieren de un conteo físico de las existencias o unidades que quedan almacenadas en los inventarios. Sin embargo, es necesario que cada periodo de tiempos se realice un conteo físico de los bienes que reflejen la realidad de las empresas, estos inventarios se denominan inventarios extracontables. Las variaciones en cuanto lo reflejado en la contabilidad y la existencia física se pueden deber a deterioro de los productos, errores en los registro, hurtos, entre otros.

Para la gestión y administración adecuada de los inventarios es importante tener en ciertas las siguientes consideraciones: es pertinente mantener un equilibrio entre las posibles necesidades y los abastecimientos reales de los diferentes productos, además, es necesario clasificar las existencias en función a una categoría adecuada, así como mantener los costos de abastecimiento en los niveles más bajos posibles y satisfacer rápidamente la demanda (Álvarez Pareja, 2020).

En PC Soluciones, los clientes muestran insatisfacción a raíz del incumplimiento de sus pedidos, o lentitud en el servicio, debido a que el establecimiento presenta fallas logísticas, donde ciertas mercancías están almacenadas en bodegas lejanas al local, por lo tanto, al momento de recibir la visita de un posible comprador que tiene interés en algún producto que no se dispone, estos prefieren considerar revisar ofertas de otros establecimientos.

La gestión y control de inventarios abarca diversas connotaciones y términos, es necesario identificar las diferencias entre los términos a fin de evitar confusiones en su utilización, la gestión y control de inventarios se orienta al manejo y administración de los inventarios, el stock de productos, y existencias.

En PC Soluciones, es fundamental que se tome a consideración mejorar la gestión logística y con ello, manejar las existencias de forma óptima, puesto que así se garantizaría la disponibilidad de mercancías para ofertar al mercado y cumplir con los pedidos de los clientes, en el tiempo, cantidad y calidad requeridos, lo que sería un aporte positivo al servicio que brinda el establecimiento.

Los inventario, como ya se mencionó anteriormente, son un listado de todos las bienes y productos disponibles de la empresa, por tanto, los inventarios facilitan el abastecimiento y provisionamiento de los almacenes (Cruz Fernández, 2017). Existen diferentes tipos de inventario dependiendo de tipo de material que registre, los más relevantes al proceso de comercialización son:

- Inventario de materia prima: comprende a los materiales directos que posteriormente pasarán a formar parte del proceso productivo y transformados en un producto final, son los materiales suministrados por el proveedor.
- Inventario de productos en proceso: Comprende a los materiales que se encuentran en fases de producción, es decir, que aún no completan su proceso de fabricación.
- Inventario de productos terminados: Se refiere a los productos que han culminado su proceso de fabricación y han sido almacenados con la finalidad de ser vendidos.



En caso de PC Soluciones, se maneja un inventario de productos terminados, por lo tanto, es fundamental desarrollar mecanismos que garanticen la disponibilidad de mercancías para su comercialización, ya que esto tendrá una influencia directa en la calidad del servicio que se oferte a los consumidores, y en consecuencia es un determinante en el volumen de ventas.

Por otro lado, el termino stock hace referencia a los productos terminados listo para las ventas, el stock está compuesto por las existencias, que son las unidades de cada producto. La gestión de stock consiste en las acciones que cada empresa realiza para contralar el número de existencias de que produce, de modo que no sufra desabasto de estas o, por otro lado, no incidir en excesos en costes de almacenamiento.

Dentro de las empresas, la gestión de stock es mecanismo mediador entre los costos de los stocks y la demanda del producto, facilita la toma de decisiones acerca de los pedidos, cantidades y abastecimiento. Una gestión correcta de stock permite reducir costos de almacenamiento. La gestión de stock cumple funciones específicas dentro del marco logístico de inventarios, unos de aspectos relevantes que permite la gestión de stock es un regulador de los ritmos de producción en función a la demanda y las ventas de los productos, también permite compensar las diferencias entre las previsiones de ventas y las ventas reales de una empresa.

La gestión de stock se realiza con base en las previsiones de ventas de un producto en un periodo determinado, de manera general, todas las empresas conocen de forma aproximada la demanda de sus productos y el periodo del año en los que estas fluctúan.

En este sentido, los gestores de stock son los encargados de determinar cuál es la cantidad producto que se debe tener en existencia en las bodega de almacenamiento, es decir, debe

establecer los niveles mínimos y máximos de stock, de modo que permita mantener en equilibrio entre las demanda del mercado y los costos de almacenamiento (Villón Tigrero, 2021).

El stock mínimo comprende las unidades que deben estar disponibles para la comercialización, de modo que, si las ventas se desarrollan según lo presupuestado, se puede solventar la demanda. Para determinar cuál debe ser stock mínimo se considera esta fórmula:  $SM = Q \times D$ : Donde Q es la cantidad de media de consumo del producto y D son los días que tardan los proveedores en entregar la mercadería en almacén (Cruz Fernández, 2017).

Por otra parte, el stock máximo se considera la cantidad límite que puede almacenar la empresa de manera apropiada y efectiva de manera que garantice el abasto en todo momento. Hay que considerar que las empresas posee una capacidad de almacenaje distinta definida por el tipo de producto, rentabilidad, costos, la capacidad de gestión, entro otras tantas. Sin embargo, en términos generales para calcular el stock máximo de una empresa se considera la siguiente formula:  $SMx = (Q \times D) + SS$ . Donde Q es la cantidad media de consumo, D son los días que de entrega del proveedor, y SS es el stock de seguridad.

El stock de seguridad son las cantidades mínimas que debe poseer para abastecer los desajustes y fluctuaciones que se producen la demanda, de manera que no se rompa el stock y la empresa se quede sin mercadería que le permita satisfacer con las necesidades (Parra Guerrero, 2020). Para el cálculo del stock de seguridad de tiene en cuenta la formula:  $SS = (Pme - Pe) \times Q$ . Donde Pme es el plazo de entrega máximo, Pe es el tiempo normal de entrega y Q es la cantidad media de consumo.

La logística, por su parte, es el sistema de optimización operativa encargado de coordinar todas las actividades y sectores de empresa hacia un rendimiento integral en producción y servicio

al cliente, en términos simples, el proceso logístico es el responsable de poner en marcha todas las acciones encaminadas a garantizar que los productos lleguen al cliente según las condiciones acordadas en los procesos de comercialización (Boero, 2020).

Las funciones del sistema logístico en las empresas abarcan la coordinación, planificación y ejecución de todas las actividades correspondientes a la obtención, almacenamiento y traslado de la mercancía en función a tiempos determinadas y costos presupuestados. Así mismo, el sistema logístico es responsable de las previsiones de marketing, de los pedidos de los clientes y las actividades relacionadas con la compra y venta, programación de entregas de los proveedores, gestión de las existencias, transporte internos y externos, recepción de materiales, gestión de inventario y stocks, manipulación y almacenaje de los productos, entre otros. Por ende, la logística en la empresa es un factor clave para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, y para garantizar la fluidez en la cadena de suministros (Castellanos Ramírez, 2017).

En los tiempos actuales la logística ha adquirido mayor relevancia aún, debido que los avances tecnológicos y el desarrollo del marketing digital hacen posible cada vez las empresas llegan a más clientes, de modo que los procesos deben ser efectivos y orientados a cubrir y satisfacer con las demandas. El medio digital facilita la venta, pero a través de la logística la empresa debe garantizar los procesos de transporte y distribución para que el cliente reciba su producto los parámetros de tiempo y entrega asignados, así mismo debe asegurar brindar un servicio de calidad en todos los aspectos, de manera que los clientes perciban el proceso de venta como experiencia de calidad completa (De la Arada, 2019).

## MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo tiene un enfoque metodológico mixto debido a que se hace la contextualización de la variable de estudio y otras temáticas para así disponer de bases teóricas válidas con las cuales sea posible hacer argumentaciones acertadas, mientras que a su vez se consultan fuentes de investigación directa, donde para analizar la información se emplean gráficas estadísticas que permitan interpretar mejor los datos cuantitativos. Consecuentemente, con el tipo de investigación descriptiva, se profundiza en el estudio de cada uno de los factores que se vinculan a la situación planteada, haciendo énfasis en aquellos aspectos de interés y así, realizar una mejor descripción de los fundamentos indagados.

Se da utilidad al método deductivo para llevar a cabo el análisis de la información y establecer conclusiones acertadas respecto al caso. Así mismo, se emplea el método analítico para indagar de forma particular los diferentes factores que se relacionan con el servicio al cliente de PC soluciones, mientras que por otra parte, se ha considerado el método bibliográfico con la finalidad de revisar fundamentos teóricos en base a la variable de estudio y hacer un contraste con los resultados que se obtengan desde fuentes directas. La población objeto de estudio corresponde al total de habitantes de la ciudad de Babahoyo que son 175 281 personas. Por la gran cifra que representa, se requiere seleccionar una muestra para aportar vialidad al proceso investigativo, de este modo se desarrolla la fórmula para obtener el número de individuos a estudiar.

Datos:

N: Tamaño de la población

q: Probabilidad de fracaso

Z: Nivel de confianza

E: Error

p: Probabilidad de éxito

N = 175 281

$$Z= 1.96$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

$$E= 0.05$$

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{(N - 1) E^2 + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{(175.281) (1.96)^2 (0,5) (0,5)}{(175.281 - 1) (0,05)^2 + (1.96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{168339,8724}{439,1604}$$

$$n = 383$$

Se emplea la técnica de la encuesta para recopilar datos desde fuentes directas y conocer a profundidad de los aspectos que se vinculan al servicio al cliente que brinda PC Soluciones al público consumidor babahoyense. Dicha encuesta es aplicada a través de un cuestionario con 10 preguntas cerradas, en el cual se han propuesto interrogantes dando prioridad a temas de interés para validar la opinión de los consumidores sobre la calidad del servicio que demandan y sus percepciones respecto al valor de la oferta del negocio en cuestión.

Por otra parte, se aplica también una entrevista al propietario de PC Soluciones el sr. Javier Avilés Arcos, con la finalidad de conocer de los factores relacionados al control interno en cuestiones de logística, inventarios, y en consecuencia los efectos en la calidad del servicio. La entrevista se desarrolla mediante un cuestionario de 10 preguntas abiertas, para disponer de argumentos clave sobre la situación actual del negocio.

## RESULTADOS

A continuación se describen los principales hallazgos en el proceso de recolección de datos, en primera instancia los resultados de la encuesta realizada a los consumidores:

**Tabla 1**

### Calificación al servicio de PC Soluciones

Opciones	Frecuencia	%
Bueno	111	29%
Regular	211	55%
Malo	61	16%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores babahoyenses

Elaborado por: Paola Jeamilex Bustamante Pérez

**Tabla 2**

### Aspecto más importante en el servicio de los negocios

Opciones	Frecuencia	%
Disponibilidad y variedad de productos	134	35%
Precios accesibles	161	42%
Atención rápida y cordial	88	23%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores babahoyenses

Elaborado por: Paola Jeamilex Bustamante Pérez

**Tabla 3**

### Factor negativo en el servicio al cliente

Opciones	Frecuencia	%
----------	------------	---

Poco asesoramiento comercial	23	6%
Escasez de productos	126	33%
Incumplimiento de los pedidos	192	50%
Retrasos en las entregas	42	11%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores babahoyenses

Elaborado por: Paola Jeamilex Bustamante Pérez

**Tabla 4**

**Percepción de dificultad en su proceso compra a causa de la escasez de mercancías**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	295	77%
No	88	23%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores babahoyenses

Elaborado por: Paola Jeamilex Bustamante Pérez

Principales datos encontrados en la entrevista efectuada al sr. Javier Avilés Arcos propietario de PC Soluciones:

N°	Pregunta	Interpretación
1	¿Considera usted que los clientes están satisfechos con el servicio que ofrece el negocio?	El propietario del establecimiento, indica que los clientes no están satisfechos con el servicio, y en ocasiones visitan el local, pero ciertas



		situaciones abandonan el sitio, perdiendo interés comercial.
2	<b>¿Cuáles son las razones por las que el servicio al cliente se ve afectado?</b>	La poca disponibilidad de productos, la escasez que provoca incumplimiento de pedidos, o retrasos, y también la variación de precios.
3	<b>¿Cómo inciden las labores integradas a la logística en la rentabilidad del negocio?</b>	Inciden de forma negativa, porque surgen costos imprevistos, debido a la ausencia de una planificación respecto a los procesos logísticos, por lo que en casos de excesos de mercancías los costos aumentan y no es conveniente, ya que los clientes tienen preferencia comercial por otras ofertas.

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

El servicio al cliente constituye el conjunto de procedimientos efectuados para satisfacer las necesidades del consumidor durante todo su proceso de compra. Las empresas deben realizar distintas labores para producir bienes y servicios de calidad, buscando la optimización de los recursos y la productividad en cada área, para posteriormente enfocarse en aspectos externos, con el propósito de que su oferta sea bien recibida por el público y se lleve a cabo un procedimiento comercial efectivo.

Según opiniones de consumidores en la ciudad de Babahoyo, y el propietario de PC Soluciones, se considera que el servicio presenta muchas inconsistencias que no permiten tener buenos resultados en cuestiones de ventas. Es fundamental optimizar el servicio, enfocándose en atender los desaciertos en labores logísticas y de inventarios, como efecto de que según las encuestas realizadas a los consumidores, estos, prefieren realizar sus compras en un mismo establecimiento, siendo un requisito evitar la escasez de mercancías.

En este orden de ideas, se dice también que las empresas deben generar un valor agregado, aportando a la competitividad de la organización ya que constituye un elemento distintivo y destacable de la marca. En PC Soluciones debe darse prioridad a la mejora del servicio al cliente, buscando ofrecer más valor en la oferta para que exista una ventaja competitiva y se consigan beneficios a nivel comercial, siendo necesario que se atiendan las falencias del manejo de stock y consecuentemente se optimice el proceso de ventas, tratando de que los consumidores tengan una percepción positiva respecto al servicio del establecimiento.

El control de inventarios es uno de los aspectos más importantes de la logística y administración de la cadena de abastecimiento, debido a que es un elemento indispensable

para garantizar la continuidad de los procesos productivos. Las fluctuaciones aleatorias en la demanda y los tiempos reposición son las causales principal.

A partir de la recolección de datos a fuentes directas, se puede argumentar que en el negocio babahoyense, el servicio se ve afectado porque hay una mala gestión logística, e inconsistencias en el control de inventarios, puesto que no es posible satisfacer la demanda del mercado y tener mayores beneficios económicos, a causa de que los costos aumentan por los casos de excedentes en mercancías, donde debe contratarse espacios de almacenamiento, adecuarlos y cuidar de que los productos no pierdan su calidad, por algún factor del entorno.

En base a las opiniones vertidas por el sr. Javier Avilés, se puede afirmar que los excesos o escasos en el stock, desencadenan diferentes afecciones en PC Soluciones, esto se origina porque no se realiza un control de inventarios efectivo y los procesos logísticos no siguen una planificación previa, de manera que en muchas ocasiones se presentan costos variables, por concepto de transporte, almacenaje, adecuación de bodegas e incluso guardianía, por lo que los precios de venta aumentan, y los clientes buscan otras opciones para realizar sus compras.

PC Soluciones, al ser un negocio dedicado a la comercialización de productos terminados, debe agregar más valor a su servicio para tener algo que lo destaque de la competencia, una alternativa sería la disponibilidad de productos, la buena atención y asesoramiento comercial, de modo que se ofrezca calidad en el servicio, siendo posible fidelizar clientes e incrementar las ventas, debido a que se ha confirmado que los consumidores babahoyenses consideran que dichos aspectos son un determinante al momento de tomar una decisión de compra.

## CONCLUSIONES

- El servicio al cliente de PC Soluciones presenta inconsistencias a nivel interno que no permiten satisfacer las necesidades del usuario en todo su proceso de compra, donde las fallas en el manejo de las mercancías, son el principal factor que incide a nivel comercial, y afecta la rentabilidad, ya que los clientes tienen una percepción negativa sobre los retrasos en la entrega de pedidos, inestabilidad en precios de venta o escasez de productos, por consiguiente se deduce que dichas situaciones no aportan valor al servicio y son un efecto adverso para el negocio.
- Los consumidores babahoyenses consideran que en PC Soluciones se ofrece un mal servicio, debido a que es una prioridad la disponibilidad y variedad de productos, así como el compromiso del negocio para cumplir con la demanda del mercado, lo que no es una realidad en el establecimiento, y además se dan alzas en los precios, siendo una desventaja para los clientes, quienes esperan realizar sus compras en un mismo lugar e invertir menos tiempo y dinero en la transacción.
- El servicio al cliente tiene una influencia negativa en los resultados comerciales de PC Soluciones, porque a pesar del aumento en la demanda de artículos tecnológicos, se registra un bajo nivel de ventas, esto, a raíz de que no se hace un efectivo control de inventarios, ni se gestionan de forma acertada los procesos logísticos, lo que ocasiona lentitud en la atención, que no se disponga de mercancías y se incumpla con los pedidos, lo cual es desfavorable, haciendo que las compradores prefieran las ofertas de empresas competidoras y PC Soluciones sufra perjuicios en contexto comercial.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar un control de inventarios con una frecuencia mensual en PC Soluciones, tomando de base, aquellos datos de los documentos mercantiles, y a su vez, constatando las existencias físicas en bodega, para que haya una efectiva administración del inventario, lo cual mejore el servicio, al agregar más valor a la oferta, y cumplir con los requerimientos del cliente durante todo su proceso de compra.
- Es factible que en PC Soluciones se maneje un stock mínimo y máximo, siendo recomendable porque hay mayores garantías respecto a la disponibilidad de productos, al ser un determinante que permita evitar la escasez o excesos de mercancías, lo que es favorable para satisfacer la demanda del mercado y brindar un servicio que les permita a los clientes comprar de forma rápida.
- Para que los resultados comerciales sean óptimos se recomienda llevar a cabo una correcta planificación de los procesos logísticos, de manera que se defina un presupuesto destinado a cubrir los costos por bodegas para el almacenaje de los artículos, transporte y adecuación de espacios, con el fin de evitar que los precios aumenten y los clientes opten por comprar en otros lugares.

## REFERENCIAS

- Altamirano, D. A., Solorzano, S. E., Salazar, S. P., & Condolo, M. F. (2020). La economía de las empresas del Ecuador en el contexto de la pandemia. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(1), 285-304.
- Álvarez Pareja, L. F. (2020). *Gestión de inventarios: cartilla para el aula*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Arellano, J. M., Rubio, S. A., & Lares, G. G. (2018). Marketing digital y las finanzas de las pymes. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 6(12), 100-106.
- Arenal Laza, C. (2020). *Gestión de inventarios: UF0476*. Logroño (La Rioja): Editorial Tutor Formación.
- Boero, C. (2020). *Introducción a la logística*. Córdoba: Jorge Sarmiento Editor - Universitas.
- Castellanos Ramírez, A. (2017). *Logística comercial internacional*. Barranquilla, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Cruz Fernández, A. (2017). *Gestión de inventarios. UF0476*. Antequera, Málaga, Spain: IC Editorial.
- Daza R, M. E., D. P., & Pérez O, A. B. (2017). Servicio al cliente: una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 5(1), 20-26.
- De la Arada, J. M. (2019). *Optimización de la cadena logística*. Ediciones Paraninfo, SA.

- Fernández, P., & Bajac, H. (2018). *Gestión del marketing de servicios*. La. Ediciones Granica.
- González, F., Cabrera, C., & Piguave, L. (2017). Servicio al cliente en el Ecuador. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 1(5), 559-577.
- Monzón Citalán, R. E., & Haro López, D. (2020). *Valor económico agregado como indicador en la gestión de negocios en las empresas*.
- Parra Guerrero, F. (2020). *Gestión de stocks*. Esic.
- Pincay, Y. M., & Parra, C. F. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142.
- Solano, E. (2017). *¿Cuánta razón tiene el cliente? Manual práctico de servicio al cliente*. Editorial UOC. Madrid.
- Villón Tigrero, A. M. (2021). *Rotación de inventario y su importancia en la aplicación en el sector comercial*. Bachelor's thesis La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Weller, J. (2017). *Las transformaciones tecnológicas y su impacto en los mercados laborales*.

## **ANEXOS**

### **ANEXO N° 1: Cuestionario de encuesta dirigido a los consumidores de la ciudad de Babahoyo**

**1. ¿Conoce usted del establecimiento de PC Soluciones en la ciudad de Babahoyo?**

- a) Si
- b) No

**2. ¿Cómo calificaría usted al servicio que ofrece PC Soluciones?**

- a) Bueno
- b) Regular
- c) Malo

**3. ¿Ha tenido usted necesidad de adquirir algún dispositivo o artículo tecnológico en los últimos 6 meses?**

- a) Si
- b) No

**4. ¿Qué aspectos considera más importante en el servicio que ofrecen los negocios babahoyenses?**

- a) Disponibilidad y variabilidad de productos



- b) Precios accesibles
- c) Atención rápida y cordial

**5. De las siguientes alternativas ¿Cuál cree usted que es un factor negativo en el servicio al cliente?**

- a) Poco asesoramiento comercial
- b) Escasez de productos
- c) Incumplimiento de los pedidos
- d) Retrasos en las entregas

**6. ¿Cree usted conveniente que los negocios comercializadores de artículos de tecnología, cuenten con los productos en el momento que los solicita?**

- a) Si
- b) No

**7. ¿Considera usted que para adquirir productos o servicios es favorable comprar en un mismo establecimiento?**

- a) Si
- b) No

**8. ¿Considera que la escasez de mercancías en los negocios dificulta su proceso de compra?**

- a) Si
- b) No

**9. ¿Cree usted que si los negocios aumentan sus costos, los precios aumentan?**

- a) Si
- b) No

**10. ¿Cree usted que el buen manejo de mercancías en los establecimientos favorece al servicio al cliente?**

- a) Si
- b) No

**ANEXO N° 2: Cuestionario de entrevista dirigida al propietario de PC**

**Soluciones**

- 1. ¿Considera usted que los clientes están satisfechos con el servicio que ofrece el negocio?**

-----  
-----

- 2. ¿Cuáles son las razones por las que el servicio al cliente se ve afectado?**

-----  
-----

- 3. ¿Qué acciones se han considerado para mejorar el servicio al cliente en el establecimiento?**

-----  
-----

- 4. ¿Los procedimientos logísticos permiten disponer de mercancías en la cantidad y calidad que demandan los clientes?**

-----  
-----

- 5. ¿En qué consiste la gestión logística aplicada en el negocio?**

-----  
-----

**6. ¿Con que frecuencia se realiza el control de inventarios en bodega?**

---

---

**7. ¿Se registran excesos o escases en el stock?**

---

---

**8. En caso de excesos en stock, ¿qué gastos surgen para el negocio?**

---

---

**9. ¿Cómo inciden las labores integradas a la logística en la rentabilidad del negocio?**

---

---

**10. ¿Cree usted que la poca disponibilidad de mercancías, es percibido por los clientes de forma negativa?**

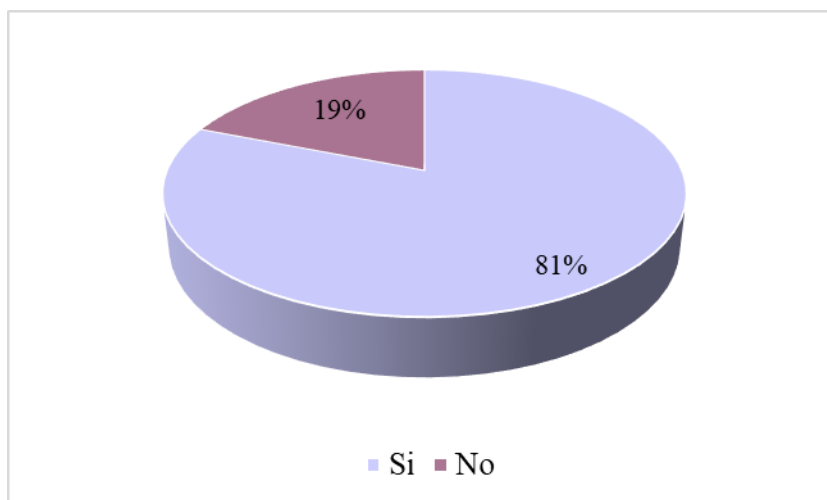
---

---

**ANEXO N° 3: Tabulación de datos de la encuesta realizada a los consumidores de la ciudad de Babahoyo**

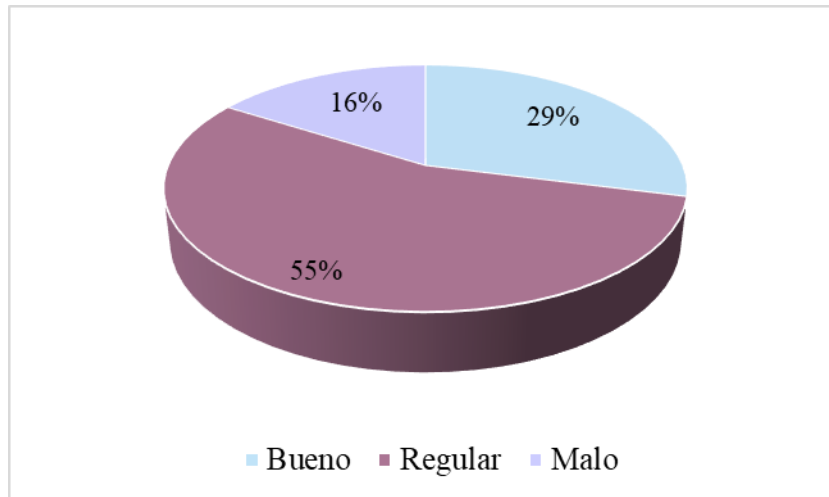
**1. ¿Conoce usted del establecimiento de PC Soluciones en la ciudad de Babahoyo?**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	310	81%
No	73	19%
Total	383	100%



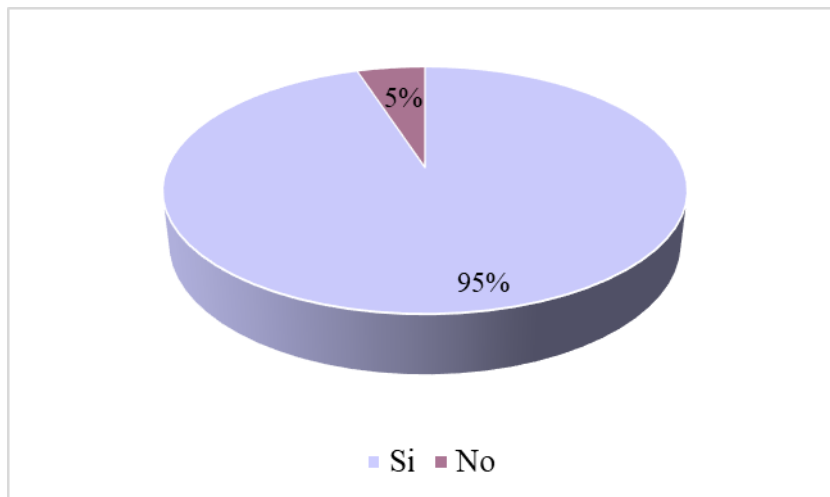
**2. ¿Cómo calificaría usted al servicio que ofrece PC Soluciones?**

Opciones	Frecuencia	%
Bueno	111	29%
Regular	211	55%
Malo	61	16%
Total	383	100%



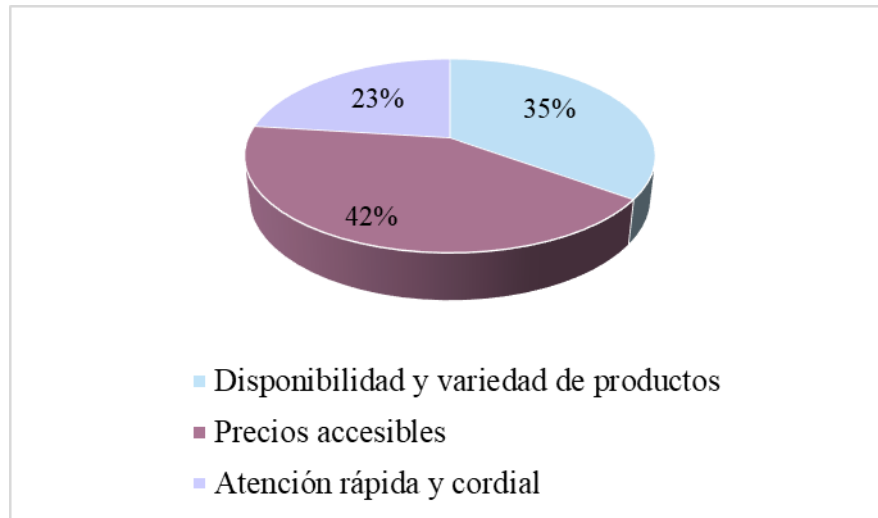
**3. ¿Ha tenido usted necesidad de adquirir algún dispositivo o artículo tecnológico en los últimos 6 meses?**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	364	95%
No	19	5%
Total	383	100%



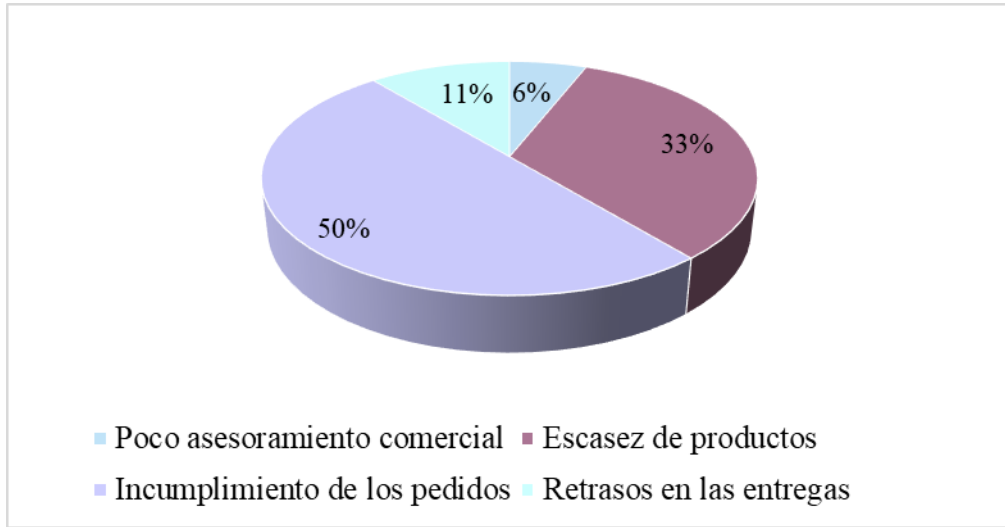
**4. ¿Qué aspectos considera más importante en el servicio que ofrecen los negocios babahoyenses?**

Opciones	Frecuencia	%
Disponibilidad y variedad de productos	134	35%
Precios accesibles	161	42%
Atención rápida y cordial	88	23%
Total	383	100%



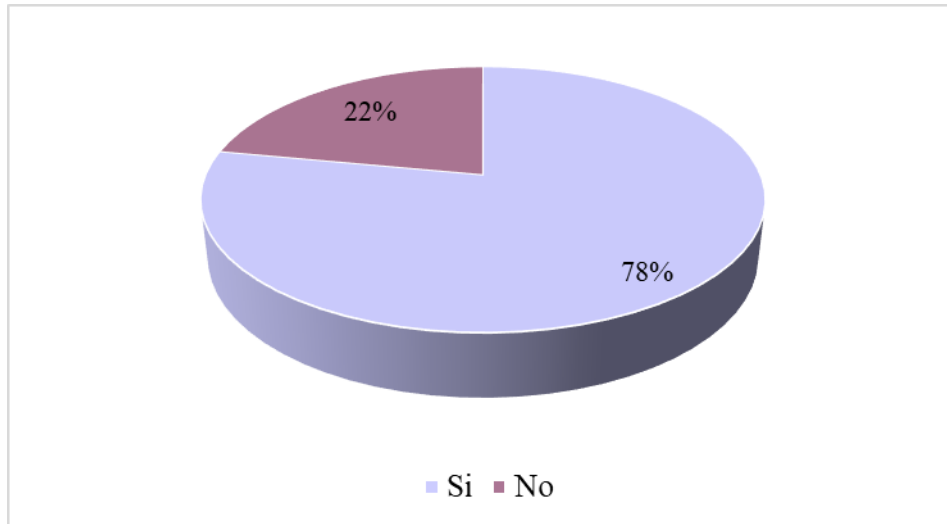
**5. De las siguientes alternativas ¿Cuál cree usted que es un factor negativo en el servicio al cliente?**

Opciones	Frecuencia	%
Poco asesoramiento comercial	23	6%
Escasez de productos	126	33%
Incumplimiento de los pedidos	192	50%
Retrasos en las entregas	42	11%
Total	383	100%



**6. ¿Cree usted conveniente que los negocios comercializadores de artículos de tecnología, cuenten con los productos en el momento que los solicita?**

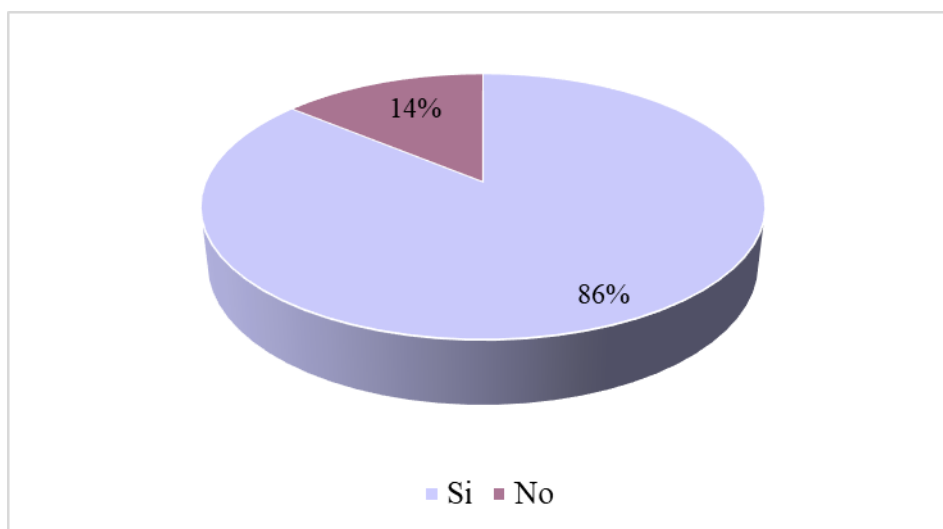
Opciones	Frecuencia	%
Sí	299	78%
No	84	22%
Total	383	100%





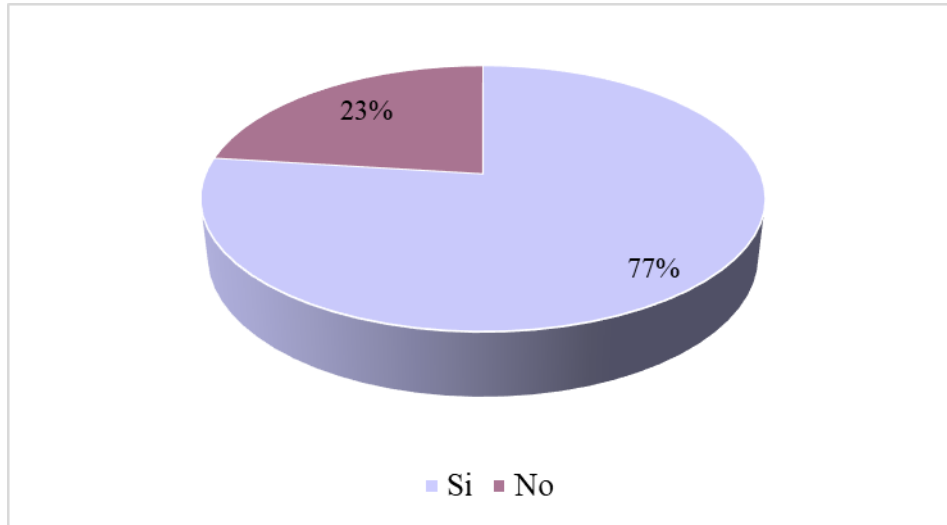
**7. ¿Considera usted que para adquirir productos o servicios es favorable comprar en un mismo establecimiento?**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	329	86%
No	54	14%
Total	383	100%



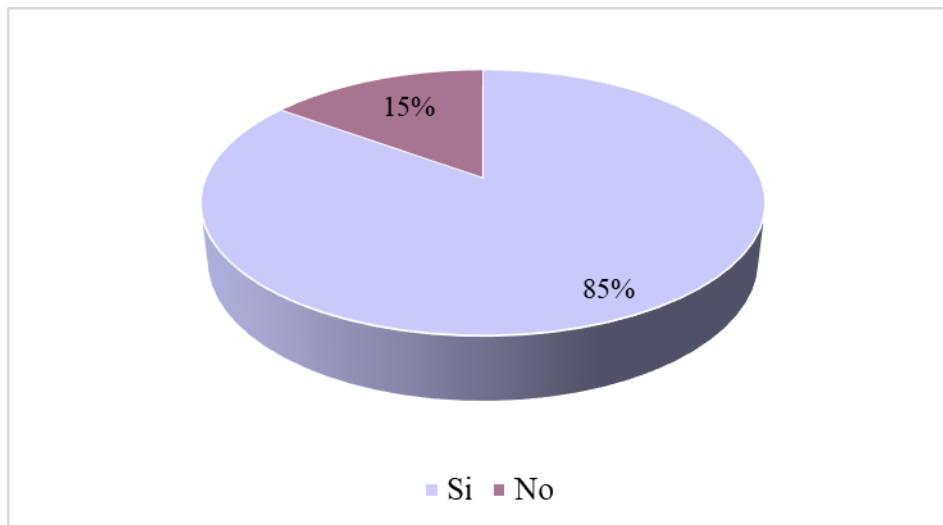
**8. ¿Considera que la escasez de mercancías en los negocios dificulta su proceso de compra?**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	295	77%
No	88	23%
Total	383	100%



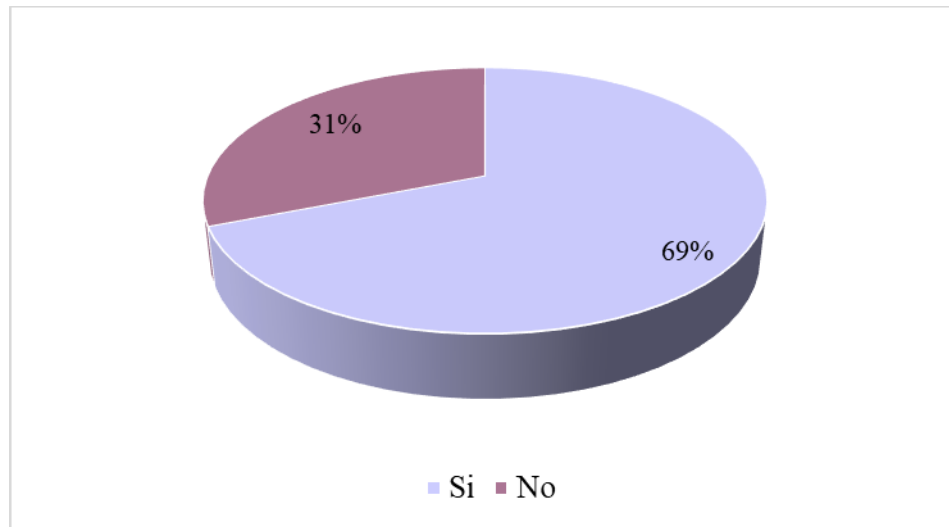
**9. ¿Cree usted que si los negocios aumentan sus costos, los precios aumentan?**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	326	85%
No	57	15%
Total	383	100%



**10. ¿Cree usted que el buen manejo de mercancías en los establecimientos favorece al servicio al cliente?**

Opciones	Frecuencia	%
Sí	264	69%
No	119	31%
Total	383	100%



## **ANEXO N° 4: Entrevista realizada al sr. Javier Avilés Arcos propietario de PC**

### **Soluciones**

- 1. ¿Considera usted que los clientes están satisfechos con el servicio que ofrece el negocio?**

No, porque muchas veces visitan el lugar, preguntan sobre los productos y se les pide que esperen hasta traer la mercancía de la bodega y suelen abandonar el local, por los retrasos.

- 2. ¿Cuáles son las razones por las que el servicio al cliente se ve afectado?**

Básicamente serían las situaciones en las que se incumple con los pedidos o la demanda de los clientes, porque se dice que hay ciertos productos y no se tienen existencias, por lo que es difícil dar una solución a los compradores en algunos casos.

- 3. ¿Qué acciones se han considerado para mejorar el servicio al cliente en el establecimiento?**

Se trata de tener en el establecimiento, mucha mercancía para evitar inconvenientes si algún cliente solicita un producto que se está almacenando en alguna bodega lejana al local, aunque esto da una mala imagen porque hay desorganización para que los clientes puedan recorrer el local y hacer sus preguntas.

- 4. ¿Los procedimientos logísticos permiten disponer de mercancías en la cantidad y calidad que demandan los clientes?**

No se tienen a la disponibilidad las mercancías, debido a que muchos productos se almacenan en bodegas lejanas y hay demoras al momento de retirar mercancía, por lo

que no se tiene rápido acceso a ellos, y a veces si se dan accidentes que pueden afectar la calidad del producto, debido a que los artefactos tecnológicos son frágiles y no deben golpearse, ni ser expuestos a la lluvia.

**5. ¿En qué consiste la gestión logística aplicada en el negocio?**

Se puede decir, que serían las acciones realizadas para contactar espacios de almacenamiento, transportar las mercancías y adecuar la bodega para que haya seguridad, y garantizar que los productos no sufran ningún daño.

**6. ¿Con que frecuencia se realiza el control de inventarios en bodega?**

Se revisan las mercancías en bodega mensualmente, pero en sí no se hace un control de inventarios, solo se valida la disponibilidad de los productos físicos que están almacenados y se realizan pedidos en caso de considerarlo necesario.

**7. ¿Se registran excesos o escases en el stock?**

Sí, porque hay ciertas inconsistencias con la administración de bodegas, por lo que a veces los proveedores nos visitan pero no se hacen pedidos y luego hay escases o por el contrario se encargan mercancías que aún se tienen en bodega y causa problemas más adelante, por el tema del capital que se destinan al pago de proveedores.

**8. En caso de excesos en stock, ¿qué gastos surgen para el negocio?**

Aparecen gastos de almacenaje, transporte, guardianía e incluso adecuación de bodega, porque en algunos casos no se consigue un espacio adecuado, y deben realizarse mejoras en el techado o los pisos para que la mercancía no sufra daños.

**9. ¿Cómo inciden las labores integradas a la logística en la rentabilidad del negocio?**

Tienen una incidencia negativa porque no se manejan correctamente los controles de inventarios, y tampoco se ha considerado buscar un espacio de almacenamiento adecuado que no represente grandes costos para el negocio, porque se dan de forma imprevista la necesidad de bodegas y deben alquilarse sitios que no siempre están en buenas condiciones.

**10. ¿Cree usted que la poca disponibilidad de mercancías, es percibido por los clientes de forma negativa?**

Sí, en ocasiones incluso nos los han dicho. Ya que si es una molestia, que se diga que hay a la venta tal producto y luego no se disponga de existencias.

## ANEXO N° 5: CARTA DE AUTORIZACIÓN

**Sr(a)**

Ing. Javier Avilés Arcos

**GERENTE PROPIETARIO DEL CENTRO DE CÓMPUTO "PC SOLUCIONES"**

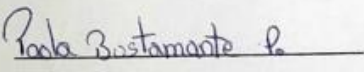
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **BUSTAMANTE PEREZ PAOLA JEAMILEX**, con cédula de identidad 120706164-7, 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 noviembre 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 **SERVICIO AL CLIENTE EN "PC SOLUCIONES" DE LA CIUDAD DE BABAHOYO** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

Muy atentamente

  
**Paola Jeamilex Bustamante Pérez**  
**C.I. 1207061647**

Recibido - Autorizado  
02/03/2022  
  
0990640528  
j-avil@hotmail.com



## ANEXO N° 6: DOCUMENTO DEL URKUND



### Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	ESTUDIO DE CASO COMPLETO.docx (D131129162)
<b>Submitted</b>	2022-03-22T06:00:00.0000000
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	pbustamante647@fafi.utb.edu.ec
<b>Similarity</b>	2%
<b>Analysis address</b>	rgil.utb@analysis.orkund.com