



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:
LICENCIADA/O EN COMERCIO**

TEMA:

ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FERRETERÍA JDF " LOS CHIVITOS" EN EL

RECINTO "LA CARMELA" CANTÓN BABA

ESTUDIANTE:

RONQUILLO ORTIZ ANDREINA YAMILETH

TUTOR:

TERRANOVA BORJA GALO FERNANDO

AÑO 2022

RESUMEN

La atención al cliente es un servicio que todas las empresas proporcionan con la finalidad de tener una relación directa con sus clientes. El establecimiento comercial objeto de estudio está situado en el recinto, “La Carmela”, el cual se dedica a expender herramientas, materiales de construcción e implementos para el hogar, la incorporación de esta microempresa ha sido de gran importancia para los habitantes de este pueblo, pues pone a su disposición todo tipo de productos de ferretería para sus hogares incluso para la construcción. Sin embargo, en él se ha detectado un grave problema en cuanto a la atención que brindan a sus clientes, esto se debe al desconocimiento que tienen sobre el tema tanto los propietarios, así como los empleados. El objetivo de esta investigación es determinar cuáles son los factores que afectan la atención al cliente en la Ferretería JDF “Los Chivitos”, para lograr que clientes se fidelicen y por ende las ventas de la empresa tengan un crecimiento considerable. A través de la aplicación de estrategias de marketing, charlas y capacitaciones se logrará mantener, preservar o conservar a los clientes que realizan sus compras en esta pequeña empresa.

Palabras Claves: Atención al Cliente, Estrategias de Marketing, Servicio, Empresas.

SUMMARY

Customer service is a service that all companies provide in order to have a direct relationship with their customers. The commercial establishment under study is located in the enclosure, "La Carmela", which is dedicated to selling tools, construction materials and household implements, the incorporation of this microenterprise has been of great importance for the inhabitants of this town, because it puts at your disposal all kinds of hardware products for your homes, even for construction. However, a serious problem has been detected in it regarding the attention they provide to their clients, this is due to the lack of knowledge that both the owners and the employees have on the subject. The objective of this research is to determine what are the factors that affect customer service in the JDF "Los Chivitos" hardware store, to achieve customer loyalty and therefore the company's sales have considerable growth. Through the application of marketing strategies, talks and training, it will be possible to maintain, preserve or retain the customers who make purchases in this small business.

Keywords: Customer Service, Marketing Strategies, Service, Companies.

INDICE

RESUMEN	2
SUMMARY	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVOS	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	10
MARCO CONCEPTUAL	11
Servicio de atención al cliente	11
Cliente	13
Identificar a los clientes	13
Fundamentos de atención al cliente	14
Índice de satisfacción al cliente	15
Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente	15
Identificación de necesidades y gustos del cliente	16
Entender por qué hacen sus compras	16
Modelos para la medición de la satisfacción al cliente	17
<i>Modelo ACSI de Satisfacción del cliente.</i>	17
<i>Modelo de satisfacción del cliente de Kano</i>	19
MARCO METODOLÓGICO	21
Tipos de investigación.	21
Métodos.	21
Técnicas.	22
Instrumentos Investigativos.	22
RESULTADOS	23
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	26
CONCLUSIONES	28
RECOMENDACIONES	29
BIBLIOGRAFÍA	30
ANEXOS	32

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La problemática de la ferretería JDF “Los Chivitos” está ligada explícitamente a los empleados; su falta de conocimiento en cuanto al servicio de atención al cliente les imposibilita adoptar una actitud adecuada al momento de enfrentarse a los reclamos o quejas que les realizan sus clientes, además no comprenden ni escuchan a los clientes cuando estos deciden manifestarles cuáles son sus necesidades, impidiendo de esta manera brindarles el producto que más se acoja a lo que buscan, en muchas ocasiones los vendedores suelen estar distraídos en conversaciones que establecen con sus compañeros de trabajo siendo este un claro impedimento para enfocarse totalmente en las personas que van a realizar sus compras.

Además, la ferretería no cuenta con un abastecimiento de productos totalmente estable y variados, la mayoría de los suplementos, materiales y herramientas que las personas buscan no los encuentran en la ferretería, y esto provoca que los clientes los busquen en otro establecimiento, es decir en la competencia. Esta falta de abastecimiento es un gran detonante para que los consumidores no realicen sus compras y por ende no se fidelicen con la ferretería JDF “Los Chivitos”.

Otro de los aspectos que también se va a considerar se relaciona con los horarios de atención, pues simplemente la ferretería incumple con estos horarios establecidos, causando de esta manera perjuicio a aquellos clientes que compran por mayoría. Si bien es cierto ellos fijan fechas con el gerente para que la mercadería sea entregada en un lugar determinado, sin embargo, en algunos casos los vendedores no revisan las fechas de entrega, induciendo un retraso en el envío del pedido y esto da paso a la inconformidad e insatisfacción de los clientes, muchos de los compradores que adquieren mercadería por mayor tienen pequeños negocios y al no tener los productos no pueden realizar sus ventas y eso les genera pérdidas. La

negligencia y poco compromiso laboral de parte de los vendedores también es un factor que no permite dar un buen servicio y sobre todo satisfacer significativamente a los clientes.

No ofrecer una oportuna información a los clientes cuando tienen una consulta o duda, es otro de los problemas a los que se enfrenta la Ferretería JDF “Los Chivitos”. La mayoría de los compradores siempre buscan alternativas de los productos, pero en la ferretería no dan una solución rápida y pertinente cuando un producto surge defectuoso, aunque no es algo afortunadamente tan habitual en la Ferretería JDF “Los Chivitos”, sin embargo, a veces ocurre y se debe estar preparados y dispuestos a solucionar el inconveniente con la sustitución o reparación del mismo.

En la ferretería tampoco se realiza un monitoreo del grado de satisfacción del cliente, restringiéndose de este modo identificar los problemas concernientes a la calidad, rendimiento y funcionalidad de los productos o servicios brindados en su establecimiento. Ciertamente el éxito de una empresa depende de la percepción de sus clientes y, por lo tanto, entender sus necesidades nos ayudará a cumplir con sus requisitos, a suplir y superar sus expectativas.

Habiendo sido explícita, cabe la pregunta: ¿Cuáles son los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela - Cantón Baba?

JUSTIFICACIÓN

En la Provincia de Los Ríos, específicamente en el cantón Baba conocido como la “Noble y Torera” se encuentra ubicado un pequeño recinto llamado “La Carmela”, fue fundado el 5 de abril de 1978, pertenece a la parroquia rural Guare y posee una población aproximada de 5.500 habitantes, tiene una extensión de 707 hectáreas divididas en ocho sectores que son: Abras Grandes, El Aguayo, La Reveza, Poza Grande, San Antonio, El Chorrón, San René y el Centro Poblado de la Carmela. Esta última cuenta aproximadamente con 250 habitantes, y su acceso principal es una vía totalmente asfaltada.

La finalidad del estudio de caso es determinar cuáles son los factores que afectan la atención al cliente en la Ferretería JDF “Los Chivitos”, el cuál es un establecimiento comercial ubicado en calle principal del Recinto La Carmela, Cantón Baba creada por la Sra. Patricia Barboto Iler en el año 2019 con número de Ruc: 1207495431001 cuya motivación fue dar a los lugareños un fácil acceso a herramientas primordiales para la construcción y el hogar.

El establecimiento comercial objeto de estudio está situado en el recinto, “La Carmela”, el cual se dedica a expender herramientas, materiales de construcción e implementos para el hogar, la incorporación de esta microempresa ha sido de gran importancia para los habitantes de este pueblo, pues pone a su disposición todo lo productos de ferretería para sus hogares incluso para la construcción de los mismo. Sin embargo, en él se ha detectado un grave problema en cuanto a la atención que brindan a sus clientes, esto se debe al desconocimiento que tienen sobre el tema tanto los propietarios, así como los empleados.

La ferretería JDF “Los chivitos” funciona a través de diferentes procesos establecidos pero en base a este estudio de caso se desea mejorar la atención al cliente para lograr su eficiencia, debido a las múltiples falencias que existen en la actualidad y que pueden provocar

pérdidas económicas para la empresa, lo que buscamos es una alternativa que brinde la solución al problema que se presenta en los procesos de atención al cliente, utilizando para ello herramientas tanto técnicas como textuales.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela, Cantón Baba.

Objetivos Específicos

- ❖ Analizar cada uno de los factores que influyen en la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos”.
- ❖ Examinar las expectativas y el índice de satisfacción que tienen los clientes al momento de realizar sus compras.
- ❖ Identificar las necesidades de capacitación del personal de la ferretería JDF “Los Chivitos”.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La carrera rediseñada de Licenciatura en Comercio de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo aprobó el tema para el estudio de caso **“Atención al Cliente en la Ferretería JDF " Los Chivitos" en el Recinto La Carmela- Cantón Baba.”** De acuerdo con los siguientes lineamientos de investigación.

Líneas de investigación de la carrera : Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control.

Sublínea de investigación de la carrera : Marketing y comercialización.

La línea de investigación se la aplicará con el objetivo de determinar los factores que afectan la atención al cliente en el establecimiento comercial (Ferretería JDF “Los Chivitos”). Además, para obtener información que permita establecer las causas y efectos a través del instrumento guía de entrevista y encuesta. La carrera de Comercio en sus líneas de investigación menciona que a través de la Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, las empresas mejorarán su calidad de servicio y asegurarán un éxito total.

MARCO CONCEPTUAL

Servicio de atención al cliente

El servicio de atención al cliente constituye un elemento fundamental para todas las empresas, dado que una buena atención al cliente les permite acelerar su crecimiento y a su vez proteger su base de clientes: es decir fidelizarlos; así mismo se destaca que el cliente y la perspectiva que tenga de la empresa, servicio, producto y atención se convierten en un gran indicador a estudiar por parte de la empresa (Marketwired, 2017).

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los exteriores del negocio en donde exista interacción con el cliente, desde el servicio brindado por el personal de seguridad hasta la llamada contestada por la secretaria; por ello se requiere y es necesario la capacitación y motivación constante al personal en general; no solo los que se encuentren en el área de atención al cliente sino todo el grupo de trabajadores que la empresa tenga a su disposición. (Ocampo & Valencia, 2017)

La atención al cliente es aquel conjunto de actuaciones por medio de las cuales una empresa gestiona la relación con sus potenciales clientes y con los actuales clientes; antes y/o después de la venta de un servicio y/o producto; con el fin de lograr un nivel de satisfacción adecuado y más alto posible (Ariza Ramírez & Ariza Ramírez, 2017).

La atención al cliente es uno de los principales servicios que una empresa debe poseer al momento de interactuar con sus clientes, pues si hay una buena atención el resto que el cliente desea comprar ya ha sido vendido desde el primer momento que lo atendieron. Así es el éxito en las ventas de una empresa depende totalmente en como actúe al dirigirse al cliente.

Por su parte Serna, H. (2017, pág. 19) define que el servicio proporcionado al cliente es un conjunto de estrategias que están totalmente diseñadas para satisfacer externamente las necesidades de los clientes. Se considera 1.- Intangible, porque no se consigue percibir con los sentidos. 2. Es Perecedero, debido a que se produce y consume de manera instantánea. 3. Es Continuo, por que quien realiza su producción es a su vez el proveedor del servicio. 4. Es Integral, por que forman parte de ella todos los trabajadores o colaboradores 5. La Oferta del servicio, cumplir y prometer. 6. El Foco del servicio, lograr una satisfacción plena del cliente. 7. El Valor agregado, proveer un plus al producto. Puntos relacionados con la expectativa de ser mejores que sus competidores. Para ello, destacó la importancia de cumplir 7 características:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto.

Puntos en común que toman las empresas como referencias dirigidas a la atención al cliente mediante el conocimiento a fondo del cliente, y un estudio permanente del mercado a fin de diseñar estrategias para los niveles de satisfacción de sus clientes externos a medida que los mercados se expanden y que el comercio se presenta cada vez en mayor magnitud sin duda es de carácter obligatorio el prestar un buen servicio y producir la satisfacción de sus clientes.

Cliente

La American Marketing Association (2017) define como cliente a todo aquel que adquiere un servicio o producto y que a su vez realiza un pago por el mismo.

Por su parte el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. cataloga el término cliente como:

Aquella persona u organización que efectúa una compra. Este puede estar realizando una compra en su nombre, y a la vez disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Los clientes es la parte de la población más importante de una compañía (Cultural S.A, 2018, pág. 54).

¿Cómo identificar a los clientes?

Se define a los clientes como los actores más importantes del entorno de una empresa. Además, la base del comercio y del consumo consiste en individuos y hogares que adquieren servicios o productos para el consumo personal. De tal manera que, SLNE (2017) manifiesta que todas las personas incluso aquellas que ahora no son clientes, lo son potencialmente; dado que la proyección es catalogada como un proceso por el cual se puede determinar cuáles son los clientes ahora y así como en el futuro.

Durante esta fase se trata de observar el entorno e determinar por fragmentos los clientes. Es vital examinar bien que otros posibles de clientes podrían dirigirse al negocio. Para ello, SLNE (2017) presenta la siguiente tabla en donde visualizamos los principales clientes y las técnicas de venta a aplicar en cada uno de ellos;

Tipo de cliente	Técnica de venta a aplicar
Dominante	Permitir que hable, escuchar lo que dice con paciencia y en la medida de lo posible atender sus demandas
Distraído	Concentrar la conversación en un sólo punto y con rapidez y claridad
Reservado	Realizar preguntas cerradas, para que pueda responder de forma corta (sí o no), además no interrumpir en ningún momento su conversación
Locuaz	Siempre orientar la conversación hacia el producto que se pretende vender y sin mostrar impaciencia.
Indeciso	Realizar preguntas que analicen sus necesidades, proporcionarles consejos y no dejarlo sólo en ningún momento.
Vanidoso	Mostrar sincero interés en sus opiniones y intentar no contradecirlo
Inestable	Tratar de escuchar con atención todo lo que dice y proporcionarle una respuesta rápida.
Lento	No hacer presión ni mostrar impaciencia alguna.
Desambientado	No realizar muchas preguntas y dejar elegir con tranquilidad

Fuente: SLNE (2017)

Fundamentos de atención al cliente

El cliente tiene muchas formas de manifestar su malestar por la ausencia de ciertos servicios. Según José Gil (2020) utilizan principalmente la queja, ahora veremos qué debemos hacer si surge una situación de esta índole:

- Saber escuchar: A través de la encuesta activa podemos entender cuál es la preocupación principal de nuestro cliente para resolver de la mayor manera la situación y ofrecer una solución
- Saber disculparse: La humildad es una clave que ofrece buenos resultados en la atención al cliente y ayuda a replantear la conversación

Índice de satisfacción al cliente

Kotler y Keller (2020, pág. 146) manifiesta que ““Existen diversos métodos para medir la satisfacción del cliente, entre los cuales destacan encuestas regulares, seguimiento del índice de abandono de clientes, entre otros”

Kotler y Keller resaltaron la necesidad de tener acercamiento directo con los clientes a fin de poder medir en primera mano la satisfacción de los clientes por medio de estándares establecidos, al respecto Walker, Boyd, Mullins, & Larréch (2018) sustenta que para medir en manera útil la satisfacción del cliente es necesario considerar 2 aspectos: “las expectativas y preferencias de los clientes respecto a las diversas dimensiones de calidad de producto y servicio” dicho en otras palabras cuanto percibe el cliente que se está satisfaciendo sus expectativas teniendo en cuenta que incluso cuando las exigencias del cliente han sido cumplidas, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

Importancia de saber escuchar, mirar y preguntar al cliente

MIRE	ESCUCHE	PREGUNTE
1) Cuando se usted brinde servicio de atención al cliente, procure no desviar la mirada de sus oyentes	1) Nunca interrumpa a un cliente mientras habla.	1) Cuando usted hace preguntas bien pensadas, le asegura al cliente que está hablando con alguien que desea arreglar o solucionar su problema.
2) Recuerde que si sus ojos se distraen, su mente también lo hará.	2) Espere que haya terminado de hablar, para ayudarlo.	
3) Evite tener distracciones y procure utilizar sus ojos y oído para concentrar su atención.	3) Recuerde que cuando el cliente este hablando, también está comprando.	

Identificación de necesidades y gustos del cliente

Al momento de comenzar la promoción de un negocio el propietario debe identificar que quieren sus clientes y por qué. Pues una buena investigación al cliente le ayudará a encontrar la manera apropiada de convencerlos de que necesitan de sus productos y servicios. (Gonzalez, 2018)

Una venta es un proceso de intercambio a través del cual se satisfacen las necesidades de un cliente y esto se lo realiza con la finalidad de obtener ingresos para el vendedor que persigue el beneficio de la empresa, mientras que el cliente es la persona que por medio de ese proceso de intercambio recibe un servicio o producto que satisfaga sus necesidades. Así que cabe recalcar que el cliente es imprescindible para llevar a cabo el proceso de venta y para fidelizarlo se necesita conocer cuáles son las necesidades que ellos como consumidores desean satisfacer (Carrasco Fernandez, 2019)

Entender por qué hacen sus compras

Según QuestionPro recomienda que una vez identificado cuáles son sus clientes, puede indagar cual es la motivación que ellos tienen para comprar sus productos. Por ejemplo, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Demandas de trabajo
- ❖ Necesidades de la familia
- ❖ Las presiones presupuestarias
- ❖ Necesidades sociales o emocionales
- ❖ Preferencias de marca.
- ❖ Factores que afectan la relación vendedor clientes

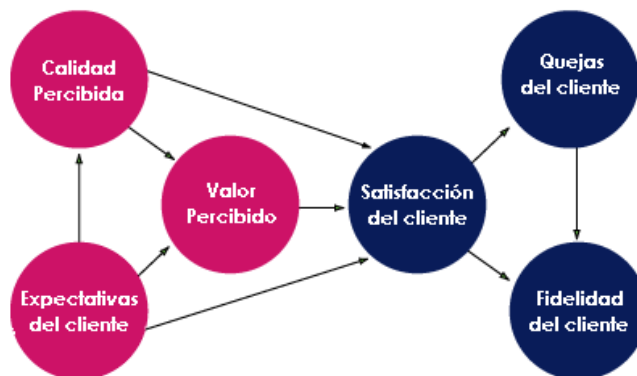
Modelos para la medición de la satisfacción al cliente

Los clientes siempre serán el objeto primordial de una empresa, es decir la razón de ser de un negocio. Conseguir la mayor información posible sobre de las necesidades del cliente por medio de la investigación le ayudará a refinar y hacer crecer su negocio.

Esta información se podrá obtener de acuerdo al tipo de negocio que tiene esto influirá en los métodos de investigación de clientes que decida implementar. Puede ejecutar la investigación del cliente usted mismo o sino contratar a un consultor para que se la realicen.

Modelo ACSI de Satisfacción del cliente.

El modelo ACSI fue creado en el año 1994 utilizado para medir la satisfacción de los ciudadanos estadounidenses. De acuerdo a American Customer Satisfaction Index (2017) este modelo consta de 4 niveles:



Fuente: (Pereiro, 2008)

- ❖ Valor del indicador a nivel nacional
- ❖ Valor del indicador en sectores económicos,
- ❖ Valor del indicador en industrias diferentes
- ❖ Valor del indicador en más de empresas y agencias del gobierno

A continuación Pereiro (2008) describe cada uno de los componentes de este modelo:

Expectativas del cliente: las expectativas del cliente son una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir por los productos y servicios que la organización ofrece. Son resultado de la publicidad y de un conjunto de mensajes que el cliente asimila, de forma consciente e inconsciente, conformando una idea, “su idea”, sobre lo que le estamos ofreciendo.

Calidad percibida: tomando como entrada las expectativas del cliente, la Calidad percibida se considera asociada principalmente a 2 factores: la personalización y la fiabilidad. Las preguntas buscan determinar en qué medida el producto se adapta al cliente, y con qué frecuencia cree que el producto o servicio va a fallar.

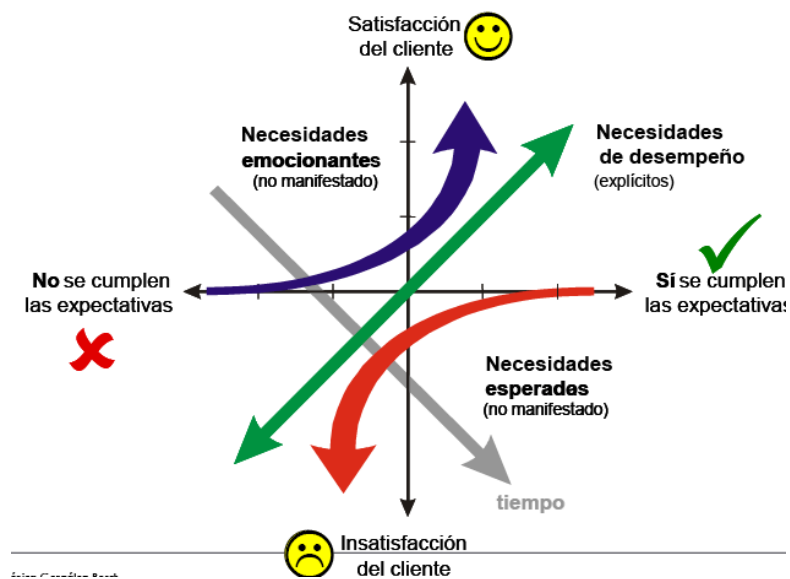
Valor percibido: este parámetro expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Una vez decidida la compra, el cliente realiza un balance entre lo que esperaba obtener y lo que ha recibido. Si el balance es negativo, lo más probable es que el cliente no vuelva a repetir la experiencia. Y si lo hace, será porque no le queda más remedio, o porque ha bajado el precio.

Quejas del cliente: las quejas son la expresión más palpable de la insatisfacción. Cuanto más satisfecho está un cliente, menos ganas tiene de expresar una queja. Asumiendo esta máxima, calculan este indicador por expresión del porcentaje de personas que manifiestan haberse quejado de cierto producto en un determinado lapso temporal.

Fidelidad del cliente: la fidelidad del cliente es el componente crítico del modelo. Observemos que, si bien la satisfacción del cliente ocupa un lugar central en el diagrama, las flechas relacionales desembocan en este parámetro. La fidelidad del cliente es la plataforma de la rentabilidad del negocio.

Modelo de satisfacción del cliente de Kano

Este modelo fue propuesto en Japón en el año de 1984 por el profesor Noriaki Kano de quien recibe su nombre, este modelo se basa únicamente de la capacidad que tiene la empresa para hacer sus productos y prestar sus servicios a fin de determinar el nivel de satisfacción del cliente, ante esto Paula Roldan (2020) clasifica las necesidades de los clientes en tres categorías:



Fuente: (Roldán, 2020)

- ❖ Necesidades esperadas: son características las que el cliente considera obligatorias son No influyen en el incremento de la satisfacción del cliente, pero provocan una insatisfacción si se da incumplimiento a ellos.
- ❖ Necesidades de desempeño: son características que aumentan la satisfacción del cliente en manera proporcionalmente; cuantas más se utilizan
- ❖ + este genera más satisfacción al cliente.
- ❖ Requisitos de deleite: son las innovaciones ejecutadas principalmente para el cliente con el objetivo de causar una gran satisfacción. Como estrategias no son esperadas, no provocan insatisfacción sino más bien que aportan.

Este modelo se basa en encuestas a clientes a fin de medir el nivel de satisfacción. A través de sus respuestas el cliente es quien decide a que grupo clasificar cada una para ello Kano establece su matriz funcional/dis-funcional.

CARACTERISTICA X			
FUNCIONAL	¿Cómo te sientes si el producto incorpora esta característica?	Me gusta	
		Debería incorporarla	
		Normal	
		Puedo tolerarlo	
		No me gusta	
DISFUNCION	¿Cómo te sientes si el producto no incorpora esta característica?	Me gusta	
		Debería incorporarla	
		Normal	
		Puedo tolerarlo	
		No me gusta	

Fuente: (Pereiro, 2008)

Posterior se clasifica la característica en base o función de su respuesta utilizando con la siguiente tabla:

		FUNCIONAL				
		Me gusta	Debería incorporarl	Normal	Puedo tolerarlo	No me gusta
DISFUNCIONAL	Me gusta	C	INV	INV	INV	INV
	Debería incorporarla	D	C	INV	INV	INV
	Normal	D	IND	C	INV	INV
	Puedo tolerarlo	D	IND	IND	C	INV
	No me gusta	L	B	B	B	C

Fuente: (Pereiro, 2008)

En la tabla 1 se detallan las respuestas de cada usuario mientras que la segunda recepta las respuestas de todos los usuarios a cada característica por número a fin de seleccionar la que tenga mayor dominio de votos.

MARCO METODOLÓGICO

Durante la elaboración de este trabajo de investigación se utilizaron los siguientes tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos, los mismos que sirvieron para la recopilación de información sobre el tema seleccionado, logrando así facilitar el proceso de la problemática.

Tipos de investigación.

Investigación Exploratoria. – Nos permitió tener una mejor perspectiva sobre la problemática planteada en esta investigación como por ejemplo determinar los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela.

Investigación Descriptiva. - Describe de manera exhaustiva y completa una porción de la realidad o fenómeno. Este tipo de investigación nos ayudó a describir la realidad de la investigación, en otras palabras, redactar lo más relevante en cuanto a los problemas de servicio de atención al cliente en la Ferretería JDF “Los Chivitos.

Investigación Explicativa. – Mediante este tipo de investigación logramos conocer las principales causas y consecuencias que generan la problemática de esta investigación. Incluso su apropiada utilización permitió explicar por qué un oportuno servicio de atención al cliente intervine en la fidelización de una empresa.

Métodos.

Método inductivo. – Con este método se pudo obtener información directa de los propietarios y clientes de la ferretería, además mediante la experimentación de los servicios que oferta la ferretería JDF “Los Chivitos” se pudo evidenciar de forma directa las necesidades y falencias de esta.

Método deductivo. - En este estudio de caso el método deductivo sirvió para establecer porque es fundamental determinar los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” para generar una total fidelización por parte de los clientes.

Técnicas.

Encuesta. - Esta técnica se la aplicó a través de preguntas, la misma que fue útil para la recolección de información como conductas, opiniones y actitudes de los habitantes. Además, se obtuvo datos relevantes sobre la problemática investigada, gracias a la colaboración de los clientes de la Ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela, Cantón Baba, Provincia de Los Ríos.

Entrevista: Mediante esta técnica de investigación conseguimos tener una interacción y diálogo directo con la propietaria de la microempresa Ferretería JDF “Los Chivitos” la Sra. Patricia Barboto Iler y a su vez tratar sobre temas de interés común como el buen servicio y atención que se debe brindar a los clientes, así como buscar posibles soluciones a los problemas identificados.

Instrumentos Investigativos.

Cuestionario de encuesta. - Este instrumento se utilizó con un número de 8 preguntas basadas en el problema que se detectó en este estudio de caso, está dirigido a 20 clientes que generalmente reciben los servicios de la Ferretería JDF “Los Chivitos”. Esta encuesta se ejecutó con la finalidad de obtener información oportuna y explícita sobre la problemática establecida.

Cuestionario de entrevista: Se utilizó un cuestionario con un número de 6 preguntas también basadas totalmente en la problemática del presente trabajo de investigación teniendo como finalidad adquirir información oportuna y veraz de parte de la entrevistada.

RESULTADOS

Al aplicar los instrumentos de recolección de la información tal como la entrevista y encuesta, se desprende la información, cuyos aspectos más relevantes proporcionados por las unidades de observación, se detallan a continuación y estos datos han sido utilizados de base para establecer conclusiones validas:

Tabla # 1

Resultados de la entrevista aplicada a la propietaria de la Ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela Cantón Baba

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿De qué manera creé usted que podría la ferretería mejorar la atención al cliente brindada a los consumidores?	A través de la implementación de estrategias como charlas y capacitaciones para los empleados.
2	¿Por qué cree que la falta de abastecimiento afecta a los clientes de la ferretería?	Porque el abastecimiento es un factor primordial para cubrir requerimientos de los clientes
3	¿Cómo cree que influye en los clientes la actual distribución de los empleados de la ferretería?	Es la mayor influencia que tienen los clientes ya que ellos son los que se en cargan de atenderlos
4	¿Cómo definiría usted el servicio de entrega de los productos a los clientes que compran por mayoría?	Un trabajo bastante complejo y de mucha responsabilidad
5	¿Qué aspectos considera usted que debe tener en cuenta la ferretería para mejorar la información brindada a los clientes	El compromiso y la disposición de los empleados de brindar un buen servicio.
6	¿Qué acciones toma la ferretería cuando un cliente manifiesta alguna incomodidad por algún inconveniente?	Se recurre a tratar de analizar su problema y así darle una solución.

Fuente: *Entrevista aplicada a la propietaria de la Ferretería*
Elaborado por: *Andreina Ronquillo O, (2022)*

Tabla # 2

Atención al cliente brindada en la ferretería JDF “Los Chivitos”.

Opciones	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Neutral	6	20%
En desacuerdo	14	80%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la ferretería**Elaborado por:** Andreina Ronquillo O, (2022)**Tabla # 3**

Monitoreo del grado de satisfacción de los clientes de la Ferretería JDF “Los Chivitos”

Opciones	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	20	100%
De acuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
Desacuerdo	0	0%
Muy desacuerdo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la ferretería**Elaborado por:** Andreina Ronquillo O, (2022)**Tabla 4**

Actitudes de los empleados de la ferretería

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Muy bueno	0	0%
Bueno	9	40%
Regular	11	60%
Deficiente	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la ferretería**Elaborado por:** Andreina Ronquillo O, (2022)

Mediante la investigación de este estudio de caso, se logró obtener los resultados de la entrevista realizada al propietario de la Ferretería JDF “Los Chivitos” y de las encuestas planteadas a los clientes que consumen los productos de dicha microempresa, en los que se detectó los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela, Cantón Baba, de esta manera se detallara los resultados de las encuestas realizadas:

El 60% de los clientes que realizan sus compras en el establecimiento comercial considera que las actitudes de los empleados no son las correctas al momento de vender los productos, por ende, es difícil que los consumidores vuelvan a adquirir de sus servicios.

Con el 100% de los encuestados indicaron que la Ferretería JDF “Los Chivitos” deben emplear un sistema de monitoreo de grado de satisfacción de los clientes, y así pueden detectar posibles deficiencias en sus servicios o productos.

La entrevistada por su parte considera que la Ferretería debe hacer los cambios necesarios para lograr mantener a los clientes, así también esta microempresa pueda seguir creciendo. Tanto la propietaria con los trabajadores están dispuestos a esforzarse juntos como equipo para alcanzar cumplir con los objetivos propuestos por el bien y éxito de la empresa.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este trabajo investigativo se observó varias causas sobre la problemática central, sin embargo al analizar las respuesta del propietario se puede determinar que en la Ferretería JDF los chivitos se proyecta mejorar la atención al cliente a través de charlas y capacitaciones, las cuales no serán tan frecuentes pero si de gran ayuda para los empleados, además considera que el abastecimiento es un factor primordial para cubrir los requerimientos de los clientes y así satisfacer de gran manera sus expectativas.

También el propietario manifiesta que el servicio de entregas de productos a los clientes que compran por mayoría es bastante complejo y mucha responsabilidad, porque necesitan buscar transporte para llevar la mercadería y que a veces los clientes suelen hacer modificaciones en sus pedidos.

Según los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada a los clientes, se concluyó que los consumidores de la Ferretería JDF “Los Chivitos” están en desacuerdo con la atención brindada en este establecimiento comercial, y los principales motivos que generan esta opinión de clientes se debe a la falta de disposición en resolver los problemas o inconvenientes que surgen durante los servicios. Por lo tanto, para fidelizar a los clientes la Ferretería JDF Los Chivitos tiene que realizar cambios en base a los resultados de las encuestas cuya información es verídica y confiable.

En tabla 3 se analizan que determina que los clientes están de acuerdo con que la ferretería debería monitorear el grado de satisfacción, para que así pueda llevar una gestión y control sobre cómo sus clientes se sienten con el servicio brindado en su empresa y eso a su vez permita encontrar soluciones rápidas y pertinentes los problemas que manifiesta los

clientes, también consideran que es muy oportuno monitorear el grado de satisfacción de los clientes para que así la ferretería pueda tomar todas las acciones correspondientes y garantizar no solo un buen servicio sino inclusive el éxito total de la empresa.

Otras de las causas la podemos encontrar al analizar los resultados de la tabla 4 se aprecia la opinión que tienen los clientes sobre las actitudes de los empleados de la ferretería, pues el mayor porcentaje considera que es regular puesto a que los empleados no siempre tienen la misma disponibilidad o compromiso para tratar con los clientes. Asimismo, consideran que repetitivas veces los empleados no son empáticos con las personas que realizan sus compras.

CONCLUSIONES

- ❖ Mediante este estudio de caso se concluye que los factores que más afectan la atención al cliente en la Ferretería JDF “Los Chivitos” son los siguientes: no estar dispuesto a escuchar al cliente, no brindarles soluciones inmediatas y pertinentes cuando presentan un inconveniente, no ofrecerles la debida información cuando la solicitan, poco abastecimiento de productos y falta de compromiso laboral por parte de los vendedores por todo estos problemas la ferretería suele ser catalogada como una mala empresa.

- ❖ Por medio de la ejecución de charlas y capacitaciones, se conseguirá fortalecer el servicio de atención al cliente en la Ferretería JDF “Los Chivitos”. Dando así inicio a un grado de satisfacción total y permanente de parte de la comunidad consumidora incluso nuevos clientes consumirán los productos que expende dicha microempresa.

- ❖ En la investigación también se establece que la microempresa Ferretería JDF “Los Chivitos” debe mejorar su imagen corporativa y aplicar estrategias de marketing o de fidelización que posteriormente se vean reflejadas en el rendimiento financiero y económico de la empresa.

- ❖ Se realizó una encuesta para que los clientes puedan definir opiniones acerca de algunos de los servicios brindados por la ferretería. Ciertos clientes manifestaron que existe ausencia de productos en requeridas ocasiones, pero sin embargo cabe recalcar que muchos de los servicios han ido mejorando de manera continua.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda a la Ferretería JDF “Los Chivitos” a poner en practica cada una de las sugerencias elaboradas a base de los problemas detectados: disponibilidad para escuchar al cliente, brindar soluciones inmediatas y pertinentes durante un inconveniente, ofrecer toda información que solicita un cliente, abastecer el comercial de productos necesarios para suplir las exigencias de los consumidores y por último adoptar una actitud de compromiso laboral por parte de los vendedores.

- ❖ Motivar a los propietarios a ejecutar charlas y capacitaciones dirigidas a todos los trabajadores de la ferretería, teniendo en cuenta que, para ello es necesario destinar recursos económicos en contratación de personal especializado en la temática de servicio de atención al cliente y liderazgo.

- ❖ A los trabajadores se les recomienda cambiar su mentalidad laboral y ponerse en la disposición de aprender y obtener nuevos conocimientos en post de la empresa y su éxito en el mercado. Esto les ayudará a conservar su trabajo y a la vez dependiendo del crecimiento y acogida que tenga la empresa, estarían contribuyendo a que haya fuentes de trabajos para muchas personas del sector La Carmela.

- ❖ Se recomienda a la Universidad Técnica de Babahoyo especialmente a los estudiantes de la carrera de Comercio a incorporar temáticas que estén directamente relacionadas con el Servicio de Atención al Cliente e implementar la ejecución de talleres o casas abiertas que permitan a la sociedad local y nacional conocer la importancia de implementar estrategias de marketing o mercadotecnia dentro sus emprendimientos.

BIBLIOGRAFÍA

American Customer Satisfaction Index. (2017). *The Science of Customer Satisfaction*. Estados Unidos: Recuperado de <http://www.theacsi.org/about-acsi>.

American Marketing Association (A.M.A.). (2017). *Cliente*. Obtenido de Marketing Power: http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C,

Ariza Ramírez, F., & Ariza Ramírez, J. (2017). *Información y atención al cliente*. Obtenido de Mc Graw Hill: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>

Carrasco Fernandez, S. (2019). *PROCESOS DE GESTION DE CALIDAD EN HOSTELERIA Y TURISMO*. Madrid-España: Paraninfo.

Cultural S.A. (2018). *Diccionario de Marketing*.

Gil Lopez, J. (2020). *Fundamentos de Atención al Cliente*. España: ELEARNING.

Gonzalez, N. (2018). *La identificación de las necesidades del cliente*. Obtenido de El Mercado y las necesidades del cliente en la investigación: <https://www.questionpro.com/blog/es/mercado-y-necesidades-del-cliente/#:~:text=no%20hay%20marketing,-,La%20identificaci%C3%B3n%20de%20las%20necesidades%20del%20cliente,de%20sus%20productos%20y%20servicios>.

Kotler, P., & Keller, K. (2020). *Dirección de marketing. 17 edición*. México: Pearson.

Marketwired. (2017). *Vidyard anuncia vidyard para soporte para mejorar la experiencia de atención al cliente*. Obtenido de ProQuest: <https://www.proquest.com/docview/1954993284/citation/A05118F66035466BPQ/2?accountid=37408>

- Ocampo, L., & Valencia, S. (2017). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario*.
Obtenido de Repositorio Universidad de Tumbes:
[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/88/TESIS %2](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/88/TESIS%20)
- Pereiro, J. (2008). *La satisfacción del cliente en ISO 9001*. Obtenido de Portal Calidad:
https://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001
- Roldán, P. (2020). *Modelo de Kano*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-kano.html>
- Serna Gómez, H. (2017). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- SLNE. (2017). *Atraer y fidelizar Clientes. Cuaderno práctico. Gestión empresarial*. Chile: Xunta de Galicia.
- Walker, O., Boyd, H., Mullins, J., & Larréché, J. (2018). *Marketing Estratégico. Enfoque de Toma de Decisiones. 8 Edición*. México: McGraw-Hill Interamericana.

ALEXOS

ENTREVISTA

Aplicada a la propietaria de la Ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela - Cantón Baba

Objetivo: Determinar los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela, Cantón Baba.

1. ¿De qué manera cree usted que podría la ferretería mejorar la atención al cliente brindada a los consumidores?
2. ¿Por qué cree que la falta de abastecimiento afecta a los clientes de la ferretería?
3. ¿Cómo cree que influye en los clientes la actual distribución de los empleados de la ferretería? ¿Por qué?
4. ¿Cómo definiría el servicio de entrega de los productos a los clientes que compran por mayoría?
5. ¿Qué acciones toma la ferretería cuando un cliente manifiesta alguna incomodidad por algún inconveniente?
6. ¿Qué aspectos considera que debe tener en cuenta la ferretería para mejorar la información brindada a los clientes?

ENCUESTA

Aplicada a los clientes de la Ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela - Cantón Baba

Objetivo: Determinar los factores que afectan la atención al cliente en la ferretería JDF “Los Chivitos” en el Recinto La Carmela, Cantón Baba.

- 1. ¿Está de acuerdo con la atención al cliente brindada en la ferretería?**
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo

- 2. ¿Piensa usted que es importante el abastecimiento de productos en la ferretería?**
 - Muy importante
 - Importante
 - Neutral
 - Poco importante
 - No es importante

- 3. ¿Cómo calificarías tu experiencia con los productos de la ferretería?**
 - Excelente
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Deficiente

- 4. ¿Está de acuerdo con que se debería mejorar la información brindada a los clientes en ferretería?**
 - Muy de acuerdo
 - De acuerdo
 - Neutral
 - En desacuerdo
 - Muy en desacuerdo

- 5. ¿Cómo calificarías las actitudes de los empleados de la ferretería?**
 - Excelente
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Deficiente

6. ¿Estás acuerdo con que se debería monitorear el grado de satisfacción de los clientes de la ferretería JDF los Chivitos?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

7. ¿Cómo calificarías el servicio de entrega de productos por mayoría a los clientes de la ferretería?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Deficiente

8. ¿Qué tan importante considera usted que es que la ferretería brinde soluciones cuando surge algún inconveniente con los clientes?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- No es importante

Babahoyo, 21 de Febrero..... del 2022

Sr(a)

Patricia Barboto Iler

(Propietaria)

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **RONQUILLO ORTIZ ANDREINA YAMILETH**, con cédula de identidad **1207488337**, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio "Rediseñada", 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 **ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FERRETERÍA JDF "LOS CHIVITOS" EN EL RECINTO "LA CARMELA" CANTÓN BABÁ** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

Muy atentamente

Andreina Ronquillo

Andreina Yamileth Ronquillo Ortiz.

Cédula: 1207488337.



Patricia Barboto Iler

Sra: Patricia Barboto Iler

Cedula: 1207495431

Correo: Pattybart92@gmail.com

Autorizado

Document Information

Analyzed document	Estudio de Caso Rediseño.docx (D130816867)
Submitted	2022-03-18T17:55:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	aronquillo337@fafi.utb.edu.ec
Similarity	14%
Analysis address	gterranovado.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Arbelaez_Monar_Elva_Leonor_Ingenieria Comercial_2018.docx Document Arbelaez_Monar_Elva_Leonor_Ingenieria Comercial_2018.docx (D36017170) Submitted by: leonor16arbelaez@gmail.com Receiver: unidaddetitulacionfafi.utb@analysis.orkund.com	 1
SA	JOHANA CECIBEL COLLANTES RODRIGUEZ.docx Document JOHANA CECIBEL COLLANTES RODRIGUEZ.docx (D15242165)	 2
SA	ENERO 25.docx Document ENERO 25.docx (D17424283)	 2
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Velasquez_Tufiño_Tamara_Tatiana_Ingenieria_Comercial_2018.docx Document Velasquez_Tufiño_Tamara_Tatiana_Ingenieria_Comercial_2018.docx (D36565619) Submitted by: tamaritataty_vt91@hotmail.com Receiver: unidaddetitulacionfafi.utb@analysis.orkund.com	 5
SA	Valeria_Almeida_y_Roger_Maldonado-Perfil-de-proyecto-de-investigación-Final.pdf Document Valeria_Almeida_y_Roger_Maldonado-Perfil-de-proyecto-de-investigación-Final.pdf (D111358779)	 2
W	URL: https://library.co/article/an%C3%A1lisis-de-las-encuestas-aplicadas-a-los-estudiantes.qmwo8m8z Fetched: 2021-08-26T18:00:02.3000000	 2
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Aguirre Ycaza Julio César.docx Document Aguirre Ycaza Julio César.docx (D112849785) Submitted by: juliocesaraguirreycaza@gmail.com Receiver: fmorales.utb@analysis.orkund.com	 1