



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**ABRIL 2022 - SEPTIEMBRE 2022**

**EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**COMERCIO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:**

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL COMERCIAL CYBER LA TECNOLOGIA EN LA  
PARROQUIA FEBRES CORDERO PERIODO 2021**

**EGRESADO:**

**JUAN DARÍO RODRIGUEZ VELASQUEZ**

**TUTOR:**

**ING. DIEGO PAZMIÑO ROMERO**

**AÑO 2022**

## **PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA**

El comercial Cyber la Tecnología ubicada en la calle 2 de agosto vía al Cantón Simón Bolívar en la parroquia Febres Cordero provincia de Los Ríos, tuvo su inicio el año 2010 por el Sr. Santa Ana Caballero Lester Vinicio, se enfoca a las ventas de accesorios, artículos para celulares y computadoras, operaciones financieras, y también se dedica a realizar tareas para estudiantes como son investigaciones, proyectos, entre otros, hace poco implementó las ventas de útiles escolares, también se dedica a reparar celulares y computadoras, este establecimiento labora en las tres jornada del día donde los trabajadores son rotativos.

En este establecimiento se ha observado los siguientes problemas: la deficiente atención al cliente en el comercial Cyber la Tecnología, no cumplen con las expectativas del comprador en términos de calidad del servicios, tiempo de respuestas, esto afecta a sus actividades comerciales por lo tanto sus ventas han disminuido, se ha podido observar cómo los parroquianos se van insatisfechos a la hora de buscar el producto, servicio por no recibir interés, en algunas ocasiones el vendedor por estar realizando otras actividades no cuida las necesidades de los usuarios que llega al local, también se ha observado el disgusto de los compradores por la espera a que lo atiendan, el tiempo de retraso los impacientan y acuden a la competencia.

El no tener proveedores fijos en el comercial Cyber la Tecnología, lo perjudica en algunas ocasiones al cliente porque va en busca de un producto y no lo encuentra, debido a que la única persona encargada de hacer las compras es el dueño del emprendimiento, que acude a la ciudad de Guayaquil a adquirir la mercadería faltante en el local, y a veces demora de dos a tres días, esto ocasiona que los suministro opten en busca de la competencia por falta de seriedad en las entregas de abastecimiento, provocando un descontento en los usuarios, por ende no logra captarlos, retenerlos y fidelizarlos.

También el comercial Cyber la Tecnología no brindan información de cuidado de equipo reparados, y eso ocasiona que haya disgustos en un corto tiempo por motivo que el artefacto arreglado no le funciona de la forma correcta o de la manera que el dueño del dispositivo esperaba, por lo cual se ha visto conflictos del que adquiere el producto o el servicio con él vendedor por no haberle mencionado de cuáles son los cuidado de como tendría que tener el mecanismo, porque en algunas ocasiones se ponen defectuosos por la manipulación de las maquinas.

El no aceptar cambios ni devoluciones de los productos ni de los equipos reparados en el comercial Cyber la Tecnología, ha afectado al local la cual esto no le permiten al comprador tener una seguridad de lo que va a comprar o hacer arreglar, también se ha visto que los parroquiano le han llamado la atención de por qué no se puede devolver los artículos si es que no le funciona de forma adecuada, otro cliente también manifiesta que al menos los productos sean probando para ver que funcionen como se debe y algunos compradores no quieren correr el riesgo y se va a un comercial que si le brinde dichas devoluciones que si no le funciona de manera correcta el equipo o el producto lo pueda devolver.

La deficiencia en la calidad de los productos es otro de los problemas que es tan frecuente en el comercial Cyber la Tecnología, también se ha notado en el local que no cuida del mismo. se ha visto que los artículos están en un mal estado, sucios, repelados, en ocasiones están esta empolvados, esto se da porque pasan camiones, volquetas por esa vía, el vendedor no limpia la mercancía, también compran productos de baja calidad en muchas ocasiones esos productos salen defectuosos y hay reclamos de parte de los compradores.

En el comercial Cyber la Tecnología se ha podido observar que no brinda precios fijos en sus reparaciones, algunos clientes se han enojado porque le han dado un precio al momento de dejar el teléfono reparando, y cuando lo va a retirar le han dado otro valor más elevado, también se identifica, mediante encuestas, el descontento de clientes debido a que unos les

cobran más barato, por este motivo es que hay disgusto en los comprador y el propietario, y en muchas ocasiones este tipo de es inconformidad del consumidor termina en una discusión con el dueño del local comercial.

Por lo tanto, es muy notorio como el nivel de ventas del comercial Cyber la Tecnología de la parroquia Febres Cordero a bajado de una manera considerable sus ventas, esto se ha dado por la mala atención al cliente por las carencias que están subsistiendo en el local, porque en el 2012 tenía un presupuesto mensual de ganancia \$800 a \$1000 y desde hace dos años ha bajado teniendo un presupuesto mensual de \$400 a \$500 mensuales, también se puede ver los cambios en el local por sus perchas con poca mercadería y eso se da por no tiene un buen ingreso.

## **JUSTIFICACIÓN**

El siguiente caso de estudio se realiza para, saber cuáles son los problemas que están afectado al comercial Cyber La Tecnología en la parroquia Febres Cordero, de esta manera se efectúa un breve análisis para saber cómo ha estado y se está dando la atención al cliente por que se han visto clientes molestos, insatisfechos, también enfrentamiento del cliente con el vendedor, por que el producto o el servicio no está cumpliendo con sus expectativas, también el nivel de venta a bajando por las falencias que están cometiendo en el establecimiento comercial.

Los principales beneficios que en el presente caso de estudio aporta es para conocer cuáles son todo los problemas que están afectado al comercial Cyber La tecnología porque la atención al cliente no es la adecuada y para que este emprendimiento tenga en cuenta su funcionamiento en la actualidad, pues de esta manera, la empresa será favorecida por lo tanto sabrá todas las carencias que se han venido dando en la trayectoria de la misma donde podrían mejorar la atención al cliente con el fin de ser una empresa reconocida y recomendad por su excelencia.

Los principales beneficiarios del caso de estudio es el propietario del comercial Cyber la Tecnología en la parroquia Febres Cordero, esto se da por el análisis realizado de la problemática se verificaron las falencias que afectan al comercial, también beneficiaria a los clientes potenciales porque de esta manera el dueño tendría en cuenta el proceso que le han venido dando al emprendimiento, así obtendría un mejor trato donde se podría tener una organización y administración más efectiva en el comercial siendo más eficiente a la hora de la compra la mercaderías y venderla dando una mejor atención al cliente.

Con el desarrollo de este caso de estudio se debe mejorar las actividades de atención al cliente obteniendo proveedores fijos, productos de buena calidad, capacitación adecuada para el personal para de esta manera el comercial Cyber la Tecnología en la parroquia Febres

Cordero sea más eficiente porque logra ganar así el aumento de ventas en el emprendimiento por otra parte podrá disminuir los disgustos y los conflictos del vendedor con el comprador dejando al cliente satisfaciendo y posterior al llegar a clientes y fidelizarlo, optando así por tener una correcta atención por parte de la empresa.

La utilidad del comercial Cyber la Tecnología en la parroquia Febres Cordero es administrativa porque analiza los procesos comerciales, se podría crea un plan de negocio teniendo en cuenta la mejora de la atención al cliente, se puede obtener proveedores fijos, también el cado de estudio es significativo debido a que se realizan análisis para conocer las causa que se dan en la atención al cliente, también a partir de las investigación dadas y los estudios realizado sobre los problemas que se generan dentro de los niveles de venta y del incumplimiento del comercial que no brinda una atención adecuada en el que ofrecen un mismo producto o servicio en este caso entre el comercial y sus competidores dentro y fuera del mercado en el que está situado, logrando describir todas los problemas que posee el comercial para una correspondiente evaluación y análisis de estos aspectos.

El aporte en que se va a dar en el presente trabajo es un análisis detallado de cuáles son los problemas que están afectando al comercial Cyber la tecnología ya que se tiene en cuenta cada una de sus causas, y el trato qué se le da a los clientes, la calidad del producto, también mediante este presente caso de estudio se permitirá obtener un análisis profundo de los errores cometidos por parte del comercial Cyber la Tecnología, logrando encontrar sus causas y entendiendo los procesos o actividades por los cuales se provocan estas problemáticas.

## **OBJETIVOS DEL CASO DE ESTUDIO.**

### **Objetivo general**

- Analizar el proceso de atención al cliente en el comercial Cyber la tecnología, recolectando información de los clientes.

### **Objetivos específicos**

- Determinar las causas que afectan la atención al cliente del comercial, mediante una encuesta a los clientes.
- Identificar los procedimientos de la atención al cliente, mediante una entrevista propietario.
- Comparar reportes de ventas del comercial Cyber la Tecnología para consolidar la investigación.

## **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.**

El estudio de caso titulado “Atención al Cliente en el Comercial Cyber la tecnología en la parroquia Febres Cordero” en un breve análisis de las situaciones por la que está pasando el comercial en la atención al cliente en el que se estudia los diversos factores que influyen en los resultados al final de cada compra y venta de los productos, los servicios que ofrece el local, con el que se buscó hacer una evaluación de las técnicas y procedimientos que se aplican al vender y al ofrecer el servicio de reparaciones de celulares o computadora, este trabajo dada su naturaleza se relaciona con la línea de investigación Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control y se enmarca en la Sublínea marketing y comercialización, debido a las razones que a continuación se detallan:

Existe una relación directa entre las actividades propias del comercial Cyber la Tecnología en la parroquia Febres Cordero y la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, debido a que es una empresa comercial que se dedica a la compra y venta de productos como son artículos, equipos tecnológicos y útiles escolares, y ofrece también servicios reparaciones de celulares y computadoras, también funciona como un banco de barrio, cuyo mercado está conformado por toda la comunidad donde no existen restricciones de público para la adquisición de estos productos y servicios, en este contexto se distingue la atención al cliente que es la que permite el cumplimiento de las metas, consignadas en los presupuestos de ventas.

Este caso de estudio se relaciona dentro de la Sublínea marketing y comercialización, debido a que la variable a estudiar es la atención al cliente, la misma que representa un proceso mediante el cual se coordina un grupo de personas y recursos para alcanzar las metas de ventas de una empresa, también es importante para el desarrollo del comercial Cyber la Tecnología, para ello en tener comercialización se necesita que todo establecimiento comercial posea de una excelente atención al cliente para poder satisfacer a los clientes.



## MARCO CONCEPTUAL

### **Contextualización de la empresa.**

El comercial Cyber la Tecnología fue creado en el año 2010 por un joven emprendedor llamado Lester Santana, y su RUC es 0940117211001 y la infraestructura del establecimiento es esquinero y tiene un tamaño de 8 m de largo y 6 m de ancho y está ubicado en la parroquia Pueblo Nuevo vía a Simón Bolívar provincia de los Ríos Ecuador; este comercial surge por una necesidad de recursos económicos debido a que no cantaba con un trabajo fijo que le permita solventar a su familia esto hizo que implemente un préstamo para ser realidad este negocio.

Al principio el comercial Cyber la Tecnología solo se dedicaba a las reparaciones de celulares, pero en el año 2016 el propietario del comercial realizó un préstamo, más los ahorros pudo agrandar el establecimiento y de ese momento dedicaron a la venta de equipos tecnológicos que sería, accesorios para teléfonos computadoras entre otros también útiles escolares, además ofrece servicios de reparaciones de celulares y computadoras, se dedica a hacer tareas a estudiantes como son investigaciones, proyectos, también funciona como un banco de barrio.

El objetivo del comercial Cyber la Tecnología es ser reconocido a nivel nacional, también pretende ser líder en el mercado en la cual está situado ofreciendo una gran variedad de productos y también servicio tiene un local propio con herramientas nuevas y actualizadas para realizar sus reparaciones de celulares con mayor eficiencia y eficacia, un capital propio que permita realizar con efectividad cada una de sus compras y poder abastecer el comercial además encontrar proveedores fijos y contar con personal altamente capacitado de esta manera el emprendimiento podría cumplir con cada uno de su objetivo.

## **El cliente.**

“Un cliente es una persona que compra un producto o utiliza con asiduidad los servicios que ofrecen una empresa o un profesional. Se puede considerar que un consumidor es cliente cuando ha comprado varias veces en una determinada empresa.” (Cano Tejedor, 2019, pág. 192).

## **Atención al cliente**

Un buen servicio al cliente es un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Cabe considerar que atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno ya que los mismos son sensibles al servicio que reciben de sus proveedores, lo que significa que la empresa obtendrá al final mayores o menores beneficios (Torres, Enríquez, & Vellejos, 2019, pág. 5)

Según (Choy, 2019) dice que la atención a los clientes se debería convertir en la base primera de la capacitación e inducción de un personal en cualquier empresa que se jacte de preocuparse de los clientes. La atención es una obligación en los negocios y es regla de urbanidad social básica, Entre los aspectos que valora sustancialmente el cliente cuando recibe una buena atención, se encuentran: Saludo al inicio del encuentro; mirando a los ojos; amabilidad y cortesía; dedicación voluntaria y consciente; saber sobre su trabajo; responder a las preguntas; rapidez; respeto por el tiempo del cliente; paciencia ante sus preguntas; tono de voz agradable.

## **Calidad de atención al cliente.**

Una organización que funciona es una organización que añade constantemente valor a sus clientes; los comprende, anticipa y satisface sus necesidades, sus expectativas, y detecta

oportunidades. La calidad en la atención al cliente es uno de los factores principales para añadir valor al cliente. (Caravaca, 2022)

La calidad en la atención al cliente la conforman un conjunto de estrategias fundamentales para garantizar la plena satisfacción de los clientes, y por lo tanto garantizar la vida de nuestra empresa. Estas estrategias se pueden resumir en cuatro acciones principales: (Caravaca, 2022)

1. Planificación y puesta en marcha de mejoras alineadas con las necesidades del cliente. (Caravaca, 2022)
2. Concienciación a todos los niveles de la empresa del efecto directo e indirecto que tienen sus acciones en la satisfacción del cliente. (Caravaca, 2022)
3. Retroalimentación continua del grado de satisfacción para poder planificar mejoras en los productos o servicios. (Caravaca, 2022)
4. Gestión sistemática de la relación con el cliente. (Caravaca, 2022)

### **Beneficios de la calidad de atención al cliente**

- Clientes leales y satisfechos. (Caravaca, 2022)
- Incremento de ventas: mayor cantidad de ventas a cada cliente, ventas más frecuentes con los mismos clientes y más clientes nuevos captados a través de clientes satisfechos. (Caravaca, 2022)
- Mejora en la imagen y reputación de la empresa.
- Diferenciación con respecto a la competencia. (Caravaca, 2022)
- Menos despilfarro en marketing. Las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer grandes esfuerzos e inversiones en marketing para suplir los clientes que pierden continuamente. (Caravaca, 2022)

- Ahorro en gestión de quejas y reclamaciones. (Caravaca, 2022)
- Personal satisfecho, clima de trabajo mejor; por lo tanto, personal más productivo. (Caravaca, 2022)

### **El cliente interno**

Los clientes internos de una empresa son los miembros de la propia empresa. Están vinculados a esta por una relación de trabajo. La organización debe procurar afianzar ciertos principios entre sus empleados, entre otros: (El cliente, 2022, pág. 206)

- Estimular la obtención de resultados.
- Inculcar una cultura empresarial basada en la calidad y en la ética.
- Hacerles partícipes del desarrollo y logros de la empresa.

### **El cliente externo**

Los individuos u organizaciones que reciben los productos o los servicios de una empresa, o que se relacionan profesionalmente con ella, son sus clientes externos. Existen diversos grupos de clientes externos: (El cliente, 2022, pág. 206)

Cientes propiamente dichos. Es el grupo que adquiere el producto de la empresa. La organización dirige sus esfuerzos a suplir y satisfacer las necesidades de estos clientes. Sus compras pueden ser habituales, esporádicas o iniciales. (El cliente, 2022, pág. 206)

- Proveedores. Venden a la empresa productos y servicios para que esta produzca y desarrolle su actividad empresarial. La relación entre la empresa y los proveedores debe ser sana y cordial. (El cliente, 2022, pág. 206)
- Entorno social. Está formado por la sociedad en general, las empresas del entorno, los medios de comunicación y los organismos públicos. La empresa desarrollará con cada grupo las políticas de comunicación que considere más eficaces. (El cliente, 2022, pág. 206)

### **Satisfacción del cliente**

Las normas sobre sistemas de calidad se basan e insisten en "enfocarse en el Cliente", considerando este principio de gestión como la piedra angular de cualquier gestión empresarial. Las actividades operacionales empiezan y terminan con el Cliente y en varias secciones de la norma, tal obviedad se evidencia por solicitudes inderogables. (Bruni P. , 2017, pág. 1)

“La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:” (Bruni P. , 2017, pág. 1)

- a) se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del Cliente y los legales y reglamentarios aplicables; (Bruni P. , 2017, pág. 1)
- b) se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del Cliente; (Bruni P. , 2017, pág. 1)
- c) se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del Cliente. (Bruni P. , 2017, pág. 1)

## **Ciente insatisfecho.**

Un cliente insatisfecho es aquel consumidor que siente que una empresa no le proporcionó el producto, el servicio o la experiencia que esperaba. Si bien puede estar molesto, aún no está del todo decepcionado, por lo que es posible implementar estrategias para recuperarlo. (Moreira, 2021)

Cuando un cliente está insatisfecho no necesariamente piensa en abandonar la empresa con la cual tuvo una mala experiencia, pero es importante que se realicen las maniobras necesarias para que vuelva a sentirse complacido con la atención ofrecida. (Moreira, 2021).

### **¿Qué es el conocimiento del cliente?**

El conocimiento del cliente, en esencia, es la ciencia de comprender a tus clientes: quiénes son, qué los motiva, qué quieren, qué necesitan, qué aman u odian. Esta ciencia va más allá y consiste en conocer a tu cliente como algo más que un número, entendiendo sus patrones de compra y las necesidades del consumidor. En el mercado actual, no puedes vender con éxito sin antes adquirir el conocimiento del cliente. (Solano, 2021)

### **Importancia de responder y recuperar al cliente insatisfecho**

Puedes visualizarlo de esta manera: tu empresa es una habitación en la cual se encuentra tu cliente, pero como está insatisfecho está considerando abrir la puerta y salir de ahí. La buena noticia es que el cliente sigue dentro (continúa queriendo ser un cliente), sin embargo, ya está pensando abrir la puerta para no volver. Esa es una señal de alerta de la cual debes ocuparte para que tu cliente vuelva a sentirse a gusto. (Moreira, 2021)

Percibir a un cliente insatisfecho no siempre es una tarea fácil, pues los consumidores son diferentes y tienen diversas maneras de reaccionar ante una decepción o molestia. Sin embargo, sí hay algunos indicios que debes atender a la brevedad. (Moreira, 2021)

## **Características de la atención al cliente.**

- **Mostrar empatía:** La empatía consiste en colocarse en “los zapatos” del otro. Esta cualidad permite un entendimiento más profundo de las necesidades del cliente y te dará el impulso necesario para brindarle la mejor experiencia. Sea responder una consulta con rapidez y eficiencia o conseguir la ayuda de un experto para resolver problemas más complejos, este tipo de actitud logrará que ganes la aprobación y lealtad de tu cliente. (Da Silva, Web Content, & SEO Associate, Latam, Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia, 2020)
- **Agilidad en el servicio:** Ya establecimos que uno de los aspectos más valorados por los clientes es la agilidad de respuesta. Existen hoy varias herramientas para atender a tu cliente en tiempo real. (Da Silva, Web Content, & SEO Associate, Latam, Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia, 2020).
- **Experiencia personalizada:** Las empresas que almacenan datos de sus clientes están en condiciones de brindar una experiencia personalizada. Y eso es exactamente lo que esperan generaciones de clientes como Baby boomers, Generación X y Millenials (Da Silva, Web Content, & SEO Associate, Latam, Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia, 2020).
- **Servicio humanizado:** Según el informe de tendencias de Zendesk, más del 40% de los clientes listó un “sistema automatizado que dificulta la comunicación con un agente humano”, como uno de los aspectos más frustrantes de una experiencia del cliente de mala calidad. (Da Silva, Web Content, & SEO Associate, Latam, Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia, 2020).

- Anticipar problemas y convertirlos en oportunidades: Por fin, la última característica de un buen servicio al cliente es la capacidad de anticiparte a posibles problemas. Si tu equipo está capacitado para lidiar con lo inesperado y tiene un buen conocimiento de los procesos y productos de la compañía, es más fácil enfrentar y anticipar problemas recurrentes. (Da Silva, Web Content, & SEO Associate, Latam, Características del buen servicio al cliente: cómo garantizar la mejor experiencia, 2020).

### **Importancia de la atención al cliente, consumidor y usuario.**

En la actualidad los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen gran libertad de elección. Comprarán o consumirán pudiendo elegir entre una amplia variedad de opciones diferentes, en buena medida porque el número de empresas y entidades que producen y distribuye bienes y servicios se ha visto incrementado en los últimos tiempos. Esta libertad de elección por parte de los consumidores y usuarios no siempre ha estado presente en los mercados. (López Salas, 2020, pág. 4)

Hoy en día clientes, consumidores y usuarios tienen un mayor poder antes las empresas, puesto que, si estos no están contentos con el producto adquirido o los servicios prestados, cambiarán a otra. Un consumidor o usuario insatisfecho producirá pérdidas de ventas no solo porque este deje de comprar, sino también porque transmitirá a sus allegados opiniones negativas del producto, servicio o empresa. (López Salas, 2020, pág. 4)

### **La estrategia del servicio al cliente**

Como hemos visto anteriormente, no importa si comercializamos servicios o productos, estos deben ir acompañados siempre de procesos de servicio al cliente. La idea final que se trata de aportar a las organizaciones es que es necesario plantear objetivos y definir su



portafolio de servicios y productos, pero teniendo en cuenta el nivel de servicio al cliente con el que se entregarán dichos servicios y productos. (Ferrer & PabloPalomino, 2020, pág. 28).

Ello significa que, en una estrategia, deben definirse los servicios de apoyo, debe evaluarse lo existente, ver la conveniencia de ser modificados, dados de baja o sustituidos de manera ordenada por nuevos servicios, y deben ser (re) diseñados en base a dicha estrategia, considerando los posibles riesgos que puedan impedir que el servicio se dé como se espera, estableciendo controles para evitar, hasta donde sea posible, que el riesgo se materialice. (Ferrer & PabloPalomino, 2020, pág. 28).

### **Capacitación de atención al cliente.**

Cada vez es más evidente que una buena atención al cliente representa una ventaja para un negocio y al mismo tiempo puede hacer que los consumidores se inclinen hacia una empresa o hacia sus competidores. Trabajar de forma continua en la capacitación de atención al cliente le permite al equipo mejorar las competencias e incentivar hábitos de trabajo superiores, lo que se refleja en la calidad del servicio prestado. (Da Silva & Web Content & SEO Associate, LATAM, Capacitación de atención al cliente: 7 contenidos clave, 2020)

### **Enfoques que guían la atención al cliente, consumidor y usuario**

El valor de un cliente para las empresas se compone de todo aquello que este aporta de beneficios a la entidad, ya sea por sí mismo (como ventas) o por el efecto que produce en otros consumidores (aconsejando el uso o consumo de un producto o servicio). (López Salas, 2020, pág. 9).

### **Técnicas de servicio al cliente.**

Según (Torres Pedrero, 2020) a grandes rasgos las técnicas de servicio al cliente se pueden agrupar en:

- Técnicas de explicación. Mediante las cuales se comunica una gran parte de información relevante al usuario para ayudarlo en la toma de decisiones más informadas sobre su consumo. (Torres Pedrero, 2020)
- Técnicas de empatía. Son las que ofrecen un alto grado de involucramiento de la empresa, que lo hacen sentir que no está solo al 32 cliente o parte de algo más grande. Se caracterizan por ser exitosas, pero necesitan una gran inversión de tiempo por operador, ya que se le da una atención particular e individual. (Torres Pedrero, 2020)
- Técnicas de interrogación. En donde al cliente se lo somete a un cuestionario de preguntas o no en relación a la materia de sus necesidades, para así ofrecerle una atención verdaderamente especializada en la materia, en lugar de ocasionarle una pérdida de tiempo en explicaciones. (Torres Pedrero, 2020)

### **Elementos del servicio al cliente**

- Contacto cara a cara. De contar con la posibilidad de entrevistarse con el cliente y atenderlo de forma personalizada, no mediatizada mediante un sistema electrónico o una llamada telefónica. Se refuerza el nexo con el cliente y escuchado se lo hace sentir. (Torres Pedrero, 2020)
- Relación clientelar. Fortalecer la relación con el cliente es vital en los servicios de atención, y esto sea puesto de manifiesto en las redes sociales y 34 la cultura 2.0 en donde el branding o la fidelización de las marcas convierte en imperativo la relación entre empresa y cliente. (Torres Pedrero, 2020)

- Correspondencia. Una clave en la atención al cliente es la correspondencia entre cliente y empresa, que la identificación entre ambos se fortalece y la resolución de los problemas que surjan. (Torres Pedrero, 2020)
- Reclamos y cumplidos. Se debe brindar una opción para que el cliente pueda ejercer alguna manera de presión para que sus problemas o insatisfacciones tengan solución o recompensar la buena actuación de algún departamento de la empresa.
- Instalaciones. Debe ofrecérsele la dirección física de las instalaciones donde puede acudir el cliente para recibir contacto cara a cara. No todo debe ser necesariamente virtual o digital. (Torres Pedrero, 2020).

### **Tecnología que ayude al servicio al cliente.**

Se vuelve primordial el uso de tecnologías que ayuden a mejorar la experiencia del servicio al cliente de manera rápida y eficaz. Una de tantas, son los *chatbots*, software para automatizar las comunicaciones. Se puede integrar con diferentes plataformas, como WhatsApp, Facebook Messenger, sitios web, centros de llamadas, etc. Estos ayudan a simplificar la interacción sobre consultas, reduciendo los tiempos de espera mediante conversaciones resolutivas que permiten a las empresas automatizar la mayoría de las consultas, canalizando sólo un bajo porcentaje de ellas a agentes humanos para casos complejos. (Rubio, 2021)

A diferencia de las personas, los *chatbots* pueden funcionar las 24 horas del día, los 7 días de la semana, de modo que siempre que un cliente necesite la atención de una compañía, esta estará disponible, característica que lo vuelve un servicio vital para épocas de alta demanda y eventos como el Cyber. (Rubio, 2021).

### **La actitud, clave para brindar un excelente servicio al cliente**

No es ningún secreto que el servicio al cliente es esencial y tiene un efecto profundo y duradero en la experiencia de los clientes con una empresa. Este tiene un rol exigente, las molestias y la irritación son parte de las operaciones cotidianas de los empleados del área comercial. (Bayport, 2020)

Una actitud positiva en el servicio al cliente se trata de mantener la calma durante las interacciones, hacer todo lo posible para construir relaciones sólidas con los clientes y garantizar que ellos vean a la empresa como auténtica a través del comportamiento de los empleados que son la cara de la compañía. (Bayport, 2020)

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **Método**

En el presente caso de estudio qué se llevará a cabo se utilizó el método analítico-sintético, por lo que se recogió y se recolectó datos obtenidos durante el proceso qué se realizó con el propósito de buscar información clara y concisa por parte de los clientes y el propietario del comercial teniendo en cuenta así cuáles son las falencias que están presente en el comercial “Cyber La Tecnología” en la parroquia Febres Cordero y al momento qué los trabajadores del comercial se dirigen a los clientes cuándo llega las compras de sus productos.

### **Técnicas**

Las técnicas que se utiliza en la investigación del caso de estudio fueron: una encuesta en línea aplicada a los clientes del comercial, para Determinar los problemas que afectan la atención al cliente, también una entrevista dirigida al propietario del comercial, para Identificar los procedimientos de la atención al cliente de la empresa, y por ultimo un Análisis documental, que permitirá Recomendar alternativas que permiten mejorar la atención al cliente en el comercial de Cyber La Tecnología en la parroquia Febres Cordero.

### **Instrumentos**

Los instrumentos que se utilizó en el presente caso de estudio fueron: una ficha de encuesta de 8 preguntas dirigidas a los clientes del comercial, esta encuesta se la realizó a través de Google Formularios, una ficha de entrevista en la cual detallan 6 preguntas que permitió Identificar los procedimientos de la atención al cliente, además de libros, caso de estudios, tesis, artículos científicos, entre otros, con la finalidad de conocer información importante que ayudó a Recomendar alternativas que permiten mejorar la atención al cliente en el comercial de Cyber la tecnología en la parroquia Febres Cordero.

## RESULTADOS

Al aplicar la encuesta a los clientes se obtienen los siguientes datos:

**Tabla #1**

Problema de atención al cliente del comercial.

Opciones	Frecuencia	%
No ofrecer una solución al problema del cliente.	116	59,5%
No prestar atención a las necesidades del cliente.	55	28,2%
Tiempos de respuesta largos.	8	4,1%
Derivar al cliente de una sección a otra.	8	4,1%
Falta de empatía con el cliente.	6	3,1%
Otros aspectos.	2	1%
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del comercial Cyber la Tecnología*

*Elaborado por: Juan Dario Rodriguez Velasquez*

**Tabla #2**

Problemas al momento hacer sus compras o recibir el servicio.

Opciones	Frecuencia	%
Frecuentemente	117	60,2%
Ocasionalmente	53	27%
Muy frecuentemente	17	8,7%
Raramente	7	3,6%
Nunca	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del comercial Cyber la Tecnología*

*Elaborado por: Juan Dario Rodriguez Velasquez*

**Tabla 1***Entrevista Aplicada al Propietario del comercial.*

<b>Orden</b>	<b>Cuestionamiento</b>	<b>Aspectos relevantes</b>
<b>1</b>	<b>¿Conoce usted lo que es el servicio al cliente?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El propietario conoce el servicio de la atención al cliente.</li><li>• No la aplica al 100%</li><li>• Ha presentado quejas durante los últimos meses.</li></ul>
<b>2</b>	<b>¿Cuál cree que sean los problemas que afectan la atención al cliente del comercial?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifica que es la deficiente atención.</li><li>• No tener proveedores fijos</li><li>• Deficiente publicidad.</li></ul>
<b>3</b>	<b>¿Cómo usted identifica los procedimientos de la atención al cliente del comercial Cyber la Tecnología?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Determina los procesos con calidad.</li><li>• Saludo cordial</li><li>• Atención en las necesidades de los clientes.</li></ul>
<b>4</b>	<b>¿Qué piensa usted del servicio al cliente brindado por parte suya y sus empleados?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifica que presenta falencia.</li><li>• Se han presentado quejas y reclamos.</li></ul>

5	<p><b>¿Cómo implementaría usted las estrategias de atención al cliente para mejorar sus ventas?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitando al personal</li> <li>• Implementado publicidades por redes sociales</li> </ul>
6	<p><b>¿Qué opina de la calidad de atención al cliente que ofreces?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opina que la atención no es buena porque ocasiones subsistieron quejas por parte de los clientes.</li> <li>• Considera mejorar la atención al cliente. .</li> </ul>

Elaborado por: Juan Dario Rodriguez Velásquez



## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como se observa en los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes del comercial se obtiene que el personal que labora en la empresa Cyber la Tecnología no está capacitado para brindar una buena atención a los clientes cuando llegan adquirir sus productos, esto ha causado un gran malestar en ellos y tienden irse a la competencia a realizar sus compras, disminuyendo así las ventas, es importante resaltar que una buena capacitación hacia los empleados mejora la rentabilidad del local ya que así pueden brindarle toda la información adecuada que los clientes necesitan saber al momento que adquieren sus productos.

Al analizar los resultados obtenidos de la tabla dos se pudo apreciar que los empleados han tenido problemas al momento de hacer sus compras o realizar el servicio que presentan los clientes al momento que adquieren sus productos, cabe recalcar que para que el Cyber la tecnología tenga un buen funcionamiento se debe ser empático con los clientes ya que el contacto con las demás personas permite establecer relaciones saludables, generando así una mejor convivencia con los clientes.

se analiza los resultados de la tabla tres que se le aplico al propietario del comercial Cyber la tecnología de la parroquia Febres Cordero se conocerá sí este establecimiento está cumpliendo con una buena atención o brindando un buen servicio al cliente Para que se puedan aplicar al 100% por cómo se ha estado Estableciendo se ha podido observar que no se ha estado llevando un buen proceso porque se han presentado quejas Durante los últimos años y ha sido muy notorio que el nivel de venta ha bajado.

Los problemas que están afectando la atención al cliente del comercial se ve la tecnología Por no tener proveedores fijos por deficiente en publicidad entre otros aspectos qué se han dado se quiere identificar las causas de la deficiente atención al cliente, también el propietario del establecimiento identificar los procedimientos de la atención al cliente de local

determinando que los procesos de la calidad de los productos o servicios que brinda no se realizan de manera adecuada porque no da un saludo cortés cuando él comprador llega.

Por otro lado, el servicio al cliente brindado por parte propietario a sus empleados identifica que presentan falencias de atención al cliente, también se puede determinar se puede reducir las quejas y reclamos al implementar las estrategias de atención al cliente para mejorar las ventas se pudo determinar qué nos qué no implementa publicidades por redes sociales cómo son publicidades Facebook Instagram entre otras.

La calidad de atención al cliente ofrecida de la empresa se puede terminar qué no es buena porque en ocasiones subsistieron quejas por parte de los clientes es decir que se debería considerar mejorar la atención al cliente se pudo apreciar que tan importante son las estrategias de ventas al momento que los clientes llegan a realizar sus compras de los productos del comercial Cyber la tecnología, tener buenas estrategias ha ayudado a mejorar los niveles de ventas, ya que es uno de los pilares fundamentales para conseguir buenos resultados económicos y poder seguir creciendo.

## CONCLUSIONES

Las causas que inciden en la atención cliente que son; deficiente atención por parte de no tener proveedores fijos, no brindar información de cuidados de equipos reparados, no acertar cambio ni devoluciones de sus productos, deficiente calidad de los productos, esto ha provocado falencias dentro del comercial de modo que se realiza de una forma que no es adecuada de gran importancia acentuar en las actividades que se realizan en la ferretería hace que los clientes se sientan insatisfecho y que la imagen del negocio pierda credibilidad.

Los procedimientos de la atención al cliente el comercial Cyber la Tecnología, establece que la empresa en la actualidad no cuenta con un analizar adecuado ni clasifica los registro, como duda, queja o solicitud, no brinda soluciones, es decir que no es lo suficiente bueno para cumplir con sus expectativas al momento de querer realizar una compra, además se determina que los consumidores consideran como aspecto importante a la eficiencia, la empatía y por el profesionalismo, siendo estos puntos específicos en el momento de adquirir algún producto, además están insatisfechos con el desempeño del personal, ya que como la ha venido haciendo durante todo este periodo.

Al comparar los reportes de las ventas de comercial Cyber la Tecnología en su primer trimestre y el tercero se ha determinado que el nivel de ventas a bajado debido a factores como: temporadas escolares, pandemias del Covid 19, al no tener proveedores fijos, no poseer una adecuada atención al cliente, esto ha permitido que la empresa no tenga una buena rentabilidad durante todo el año.

## RECOMENDACIÓN

Las causas que afectan al comercial Cyber la Tecnología es déficit en la atención al cliente, no brindar información de cuidados de equipos reparados, no acertar cambio ni devoluciones de sus productos, se recomienda ofrecer atención cliente de calidad mediante capacitaciones al personal, dar garantía del servicio de equipos reparados, aceptar cambios y devoluciones de los productos, de esta manera el local mejoraría ofreciéndole seguridad a los cliente de los beneficios que adquirir, aumentado así sus ventas.

Los procedimientos de la atención al cliente del comercial Cyber la Tecnología que sean identificado son; que la empresa en la actualidad no cuenta con un análisis de ventas ni clasifica los registro, como duda, queja o solicitud, no brinda soluciones, se recomienda un orden de toda la documentación que ingresa al local, mejorar los tiempos de repuesta al cliente, escuchar con atención sus necesidades, dejar que el cliente tenga su espacio, es decir qué de esta manera obtendrá información y podrá cumplir con las expectativas de los usuarios considerando, es decir qué de esta manera tendrá información para cumplir con las expectativas de los usuarios.

Dada la comparación de los reportes de ventas del comercial Cyber la Tecnología se recomienda tener en cuenta las causas de los procedimientos para buscar estrategias que permitan mejorar la atención al cliente, de esta manera ofrecer a los usuarios un producto y servicio que cumpla con las expectativas que el desea para satisfacer sus necesidades, por medio de la atención de calidad, sugerir un plan de marketing para dar conocer a más personas de los productos y servicio que ofrece el comercial, de esta manera aumentar el nivel de venta de la organización.

## ANEXO

<b>RED DE TEMAS DEL MARCO CONCEPTUAL DEL ESTUDIO DE CASO</b>				
<b>TEMA: ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL COMERCIAL CYBER LA TECNOLOGÍA EN LA PARROQUIA PUEBLO NUEVO.</b>				
VARIABLE	ASPECTO	SUBTEMAS	DETALLE	LIBROS Y AUTORES
ATENCIÓN AL CLIENTE	Definición	Atención		Trastorno por déficit de atención con hiperactividad: Rafa Guerrero 2020
		Cliente		Atención Al Cliente, Consumidor Y Usuario: <b>Autor</b> López Salas, Sergio 2019
		Atención al cliente		Calidad en la atención al cliente Iván Sergio Cano Tejedor · 2019
	Características de atención al cliente	Trato amable y personalizado.		Prácticas educativas innovadoras en contabilidad y finanzasbooks.  Nora Elena Andrade Rosado, Jaime Rafael Silva Castan, Alicia Fernanda Galindo Manrique · 2018
		Rapidez.		Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio  Ambrosio Carrón Sánchez
		Asesoramiento.		
		Disponibilidad.		
		Multicanal.		
		Transparencia.		
		Conocimiento del cliente y el producto/servicio.		Lanzamiento de productos y servicios

				GARCÍA PRADO, ENRIQUE
		Integración.		
	Importancia del servicio al cliente			CRM y fidelización del cliente Daniel Cestau Luz
	Elementos del servicio al cliente	Relación con el cliente.		Procesos de servicios: tendencias modernas en su gestión  Parra Ferié Cecilia, Ernesto Negrin Sosa, Olga Gómez Figueroa · 2020
		Correspondencia.		
		Reclamos y cumplidos.		
		Reclamos y cumplidos.		
		Reclamos y cumplidos.		
		Instalaciones.		
	Ética en el marketing de servicios			Ética pública en el siglo xxi  Paloma Baena Olabe, Victoria Camps, Agustí Cerrillo i Martínez, Helen Darbishire, José María Gimeno Feliu, Fernando Jiménez Sánchez, Natalia López Moratalla, Federico de Montalvo Jääskeläinen, Elisa de la Nuez, Juli Ponce Solé, Lucía Velasco 2021

	Satisfacción del cliente			<b>Cómo evaluar y mejorar el servicio al cliente de su empresa:</b>  <b>AUTOR</b> Ferrer Bauza, Luis Alfredo 2020 Ruiz Palomino, Pablo
	El personal de servicios( atención)			
	Actitud personal y empresarial			
	Estrategias de servicio al cliente	Estrategia de servicio de procesos		Estrategias de fidelización de clientes a través de internet  Mariya Sharán · 2019
		Estrategias de servicio para los servicios		<b>COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente:</b>  <b>AUTOR</b> Jose Vicente Gil López 2020
		La estrategia de servicio: una promesa		
		Competir en los procesos o en las diferencias		
	Componentes básicos de un buen servicio			CRM y fidelización del cliente  Daniel Cestau Luz 2021

## **ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DEL COMERCIAL CYBER LA TECNOLOGIA**

### **Objetivo**

Obtener criterios de los cliente con referencia en la atención al cliente del comercial Cyber la Tecnología.

**1. ¿Cuál es el problema que usted considera que afecta más la atención al cliente del comercial Cyber la Tecnología?**

- a) No prestar atención a las necesidades del cliente.
- b) Tiempos de respuesta largos.
- c) Falta de empatía con el cliente.
- d) Derivar al cliente de una sección a otra.
- e) No ofrecer una solución al problema del cliente.
- f) Otros aspectos.

**2. ¿Qué tan seguido acudes al comercial Cyber la Tecnología?**

- a) Casi siempre
- b) Usualmente
- c) Ocasionalmente
- d) Usualmente no
- e) Casi nunca

**3. ¿Por qué dejaría de ir más seguido al comercial Cyber la Tecnología?**

- a) Por el servicio
- b) Por el producto
- c) Por el tiempo
- d) Por el lugar
- e) Otros aspectos.

**4. ¿Qué tan de acuerdo esta con la imagen que proyecta los empleados del comercial Cyber la Tecnología?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**5. ¿Qué aspecto es más importante cuando adquiere un producto o un servicio?**

- a) La Calidad
- b) El Precio
- c) La Atención
- d) La Imagen
- e) Otros aspectos.

**6. ¿Ha tenido problemas al momento hacer sus compras o recibir el servicio?**

- a) Muy frecuentemente
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente
- d) Raramente
- e) Nunca



- 7. ¿Está de acuerdo con los procesos que lleva el comercial Cyber la Tecnología?**
- a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) Neutral
  - d) En desacuerdo
  - e) Totalmente en desacuerdo
- 8. ¿Cuál de los siguientes aspectos le gustaría que mejore en el comercial Cyber la Tecnología?**
- a) Variedad de precios
  - b) Atención al cliente
  - c) Calidad de los producto o servicio
  - d) Amplitud del local
  - e) Otros aspectos.

### **Entrevista aplicada al propietario**

#### **Objetivo específico**

Identificar los procedimientos de la atención al cliente, mediante una entrevista propietario.

- 1. ¿Conoce usted lo que es el servicio al cliente?**
- 2. ¿Cuál cree que sean los problemas que afectan la atención al cliente del comercial?**
- 3. ¿Cómo usted identifica los procedimientos de la atención al cliente del comercial Cyber la Tecnología?**
- 4. ¿Qué piensa usted del servicio al cliente brindado por parte suya y sus empleados?**
- 5. ¿Como implementar usted las estrategias de atención al cliente para mejorar sus ventas?**
- 6. ¿Qué opina de la calidad de atención al cliente que ofreces?**



Home > RUC > Consulta



## Consulta de RUC

RUC

0940117211001

Razón social

SANTA ANA CABALLERO LESTER VINICIO

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

Nombre comercial

Actividad económica principal

ALQUILER CON FINES OPERATIVOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE OFICINA SIN OPERADOR: COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO.

Tipo contribuyente

PERSONA NATURAL

Clase contribuyente

OTROS

Obligado a llevar contabilidad

NO

Fecha inicio actividades

17/02/2016

Fecha actualización

Fecha cese actividades

Fecha reinicio actividades

Ocultar establecimientos



PERSONA NATURAL

OTROS

NO

Fecha inicio actividades

17/02/2016

Fecha actualización

Fecha cese actividades

Fecha reinicio actividades

Ocultar establecimientos

### Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001	LA TECNOLOGIA	LOS RIOS / BABAHOYO / FEBRES CORDERO (LAS JUNTAS) (CAB. EN MATA DE CACAO) / S/N	ABIERTO

Nueva consulta



Babahoyo, 26 de Julio del 2022

Sr(a)

(Lester Vinicio Santa Ana Caballero)

**(PROPIETARIO DEL COMERCIAL CYBER LA TECNOLOGIA)**

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **Rodriguez Velasquez Juan Dario**, con cédula de identidad 120734615-4, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Licenciatura De Comercio ), matriculado(a) en el proceso de titulación periodo abril – septiembre 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 estudio de caso denominado **ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL COMERCIAL CYBER LA TECNOLOGIA EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO PERIODO 2021** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

Muy atentamente

*Lester Santa Ana*

(Sr: Lester Santana Vinicio Caballero)

(C.I.: 0940117211)

Babahoyo, 26 de Julio del 2022

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

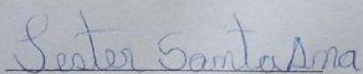
**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**  
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos (Comercial Cyber La Tecnologia) de la ciudad de Babahoyo en la parroquia Febres Cordero.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante Juan Dario Rodriguez Velasquez. De la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL COMERCIAL CYBER LA TECNOLOGIA EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO PERIODO 2021** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



(Sr: Lester Vinicio Santa Ana Caballero)

**C.I.:** 0940117211

**Correo:** [lestersantana1994vinicio@gmail.com](mailto:lestersantana1994vinicio@gmail.com)

**Cel:** 098 046 1542

**MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA**

<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>EVIDENCIA</b>
Determinar los problemas que afectan la atención al cliente del comercial, mediante una encuesta a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formular las preguntas.</li> <li>• Seleccionar las personas. para hacer la encuesta.</li> <li>• Ejecutar encuesta.</li> <li>• Recolectar información.</li> </ul>	Encuesta a los cliente del comercial.	ficha de encuesta	Informe de problemas que están afectando al comercial
Identificar los procedimientos de la atención al cliente, mediante una entrevista propietario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de entrevista.</li> <li>• Guia de la entrevista.</li> <li>• Ejecución de entrevista.</li> <li>• Recolección de información.</li> </ul>	Entrevista al propietario del comercial.	ficha de entrevista	Informe para conocer las problemáticas.
Comparar reportes de ventas del comercial Cyber la Tecnología para consolidar la investigación.	Conocer los problemas que tienes el comercial.	Análisis documental.	Libros, tesis, cado de estudios, artículos científicos.	Proponer alternativas que permiten comparar reportes de ventas comercial de Cyber la Tecnología para consolidar la investigación.

OBJETIVO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
<p>Determinar las causas que afectan la atención al cliente del comercial, mediante una encuesta a los clientes.</p>	<p>Las causas que inciden en la atención cliente que son; deficiente atención por parte de no tener proveedores fijos, no brindar información de cuidados de equipos reparados, no acertar cambio ni devoluciones de sus productos, deficiente calidad de los productos, esto ha provocado falencias dentro del comercial de modo que se realiza de una forma que no es adecuada de gran importancia acentuar en las actividades que se realizan en la ferretería hace que los clientes se sientan insatisfecho y que la imagen del negocio pierda credibilidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer atención cliente de calidad mediante capacitaciones al personal.</li> <li>• Tener proveedores fijos.</li> <li>• Brindar información de cuidado de equipos reparados.</li> <li>• Aceptar cambios y devoluciones de productos.</li> <li>• Mejorar la calidad de los productos.</li> </ul>
<p>Identificar los procedimientos de la atención al cliente, mediante una entrevista propietario.</p>	<p>Los procedimientos de la atención al cliente el comercial Cyber la Tecnología, establece que la empresa en la actualidad no cuenta con un analizar adecuado ni clasifica los registro, como duda, queja o solicitud, no brinda soluciones, es decir que no es lo suficiente bueno para cumplir con sus expectativas al momento de querer realizar una compra, además se determina que los consumidores consideran como aspecto importante a la eficiencia, la empatía y por el profesionalismo, siendo estos puntos específicos en el momento de adquirir algún producto, además están insatisfechos con el desempeño del personal, ya que como la ha venido haciendo durante todo este periodo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar los tiempos de repuesta al cliente.</li> <li>• Llevar un orden de toda la documentación que ingresa al local.</li> <li>• Buscar la satisfacción total de cada cliente.</li> <li>• Escucha con atención sus necesidades.</li> <li>• Dejar que el cliente tenga su espacio.</li> </ul>
<p>Comparar reportes de ventas del comercial Cyber la Tecnología para consolidar la investigación.</p>	<p>Al comparar los reportes de las ventas de comercial Cyber la Tecnología en su primer trimestre y el tercero se ha determinado que el nivel de ventas a bajado debido a factores como: temporadas escolares, pandemias del Covid 19, al no tener proveedores fijos, no poseer una adecuada atención al cliente, esto a permitido que la empresa no tenga una buena rentabilidad durante todo el año.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaz las necesidades y expectativas del cliente.</li> <li>• Generar un programa de logística para entrega de producto o servicio.</li> <li>• Plan de marketnig.</li> </ul>