



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

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

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL COMERCIAL DON SAUL DE
LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2021**

EGRESADO:

VERA ORTIZ ANGIE JOHANNA

TUTOR:

ING. JULY YOJANA GAIBOR GAIBOR

AÑO 2022

INTRODUCCION

El presente informe de investigación se desarrolla en el Multicomercio “Don Saúl”, es una empresa familiar su matriz está ubicada en las calles Abdón Calderón y Vargas Machuca cuentan con una sucursal en las calles García Moreno y Pedro Carbo lleva cumpliendo sus labores comerciales desde el 9 de noviembre del 2005 hasta la actualidad, se dedica a la venta por mayor y menor de productos de primera necesidad, consumo masivo, productos de limpieza entre otros.

El multicomercio se identifica con la política de satisfacción del cliente; sin embargo, se pretende resaltar las consecuencias que radica en la falta de conocimiento en torno a cuáles son esas expectativas de sus clientes, falta de empatía con el cliente, la inexperiencia del personal de atención, la desmotivación del personal, la ineficiencia de la estructuración organizacional, factores que afectan considerablemente a la calidad del servicio que brindan, evidentemente problema que puede ser la causa de pérdida de clientes y por ende uno de los principales factores que afecta a su finalidad. Se identifica como formulación del problema: ¿De qué manera influye la calidad del servicio al cliente en el comercial Don Saúl?

El objetivo fundamental de la actual investigación tiene por fin determinar los factores que influyen en la calidad de la prestación del servicio al cliente del comercial “Don Saúl” en la ciudad de Babahoyo. Mismos que se pretenden ser desarrollados en base a la línea de investigación referente a Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control. Mediante la utilización de la sublínea correspondiente a Marketing y comercialización establecida en la carrera de Ingeniería Comercial perteneciente a la Facultad de Administración Finanzas e Informática.

Como método de investigación para llevar a cabo el desarrollo del actual informe se considera utilizar el método descriptivo que brinda la oportunidad de conocer e identificar cuáles son los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente que ofrece el comercial, con respecto al método analítico genera observaciones bajo criterios profesionales alcanzados en la formación académica en relación con el servicio al cliente. Por otra parte, el uso del método bibliográfico se empleará mediante la utilización de las diferentes definiciones de autores que permitirán fortalecer la investigación mediante una expansión temática de los diferentes sucesos que se desarrollan para la obtención de servicios de calidad.

Como técnicas de recopilación de información directa sobre los problemas existentes en el comercial se tiene: la entrevista dirigido al propietario del comercial con el fin de conocer los problemas más frecuentes con énfasis en el servicio al cliente mientras que el uso de las encuestas permitirán recopilar información necesaria tomando en consideración el criterio de cada uno de los empleados del comercial con la finalidad de conocer la información con respecto del por qué se origina la desmotivación, problemas emocionales que pueda afectar de manera directa a la atención al cliente.

Con los resultados alcanzados de este trabajo se puede reflejar la necesidad de capacitar al personal y como los métodos formales de escalamiento son sumamente importantes cuando se desea avalar un servicio de calidad. Como la falta de conocimiento entorno a cuáles son las expectativas del cliente, dificultades en la disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido, más aún no contar con una planificación empresarial generando una falta de compromiso y conciencia laboral, todas

estas situaciones tendrán como resultado la insatisfacción del cliente por parte del servicio ofrecido.

DESARROLLO

El Multicomercio “Don Saúl” inicio su labor comercial el 9 de noviembre del 2005, en aquella fecha mantenía mayor acogida en comparación a la época actual, debido a que en aquel entonces la competencia no era tan significativa, es una empresa familiar su matriz está ubicada en las calles Abdón Calderón y Vargas Machuca cuentan con una sucursal en las calles García Moreno y Pedro Carbo, se dedica a la venta por mayor y menor de productos de primera necesidad, consumo masivo, productos de limpieza entre otros.

La calidad en el servicio de los comerciales es primordial para lograr el éxito en la ejecución de sus operaciones; en efecto retribuye la respuesta inmediata que experimenta un cliente relacionado con la atención y eficiencia, juega un papel muy fundamental en el interior de toda estructuración, dado que los clientes no solo necesitan que el producto se adecue a sus urgencias, sino además sientan que las logísticas se preocupen por ellos, para ello deben de incorporar el personal adecuado y esté capacitado para asistir a sus clientes puesto que esto garantizara su seguridad y satisfacción.

La falta de estrategias es uno de los puntos de quiebre importante que tiene el local comercial, puesto que se percibe la carencia de estrategias de ventas basados en la segmentación del mercado y tecnología, puede producir un mal enfoque de acciones afectando a su resultado, competitividad y su permanencia en el mercado, según el autor (Hernández-García de Velazco, 2017) “Las organizaciones y empresas enfocadas en el éxito deben contener en sus modelos administrativos estrategias de calidad de servicio en

toda su concepción filosófica, focalizadas hacia la satisfacción clientelar, la innovación, y otros factores de éxito que le faciliten la ventaja competitiva.”

Es decir que, si no existe estrategias que puedan denotar las normas y directrices que definan la forma de proceder, no podrán ofrecer una experiencia optima donde el enfoque primordial es complacer la exigencia del cliente quien ocupa un lugar predominante.

Mantener largas jornadas laborales a sus colaboradores o empleados, esto causa un estrés laboral y por ende estas personas no mantendrán una predisposición para poder atender al cliente de manera correcta, lo que ha sido una de las causas principales que ha generado una mala atención al cliente en el comercial “Don Saúl”.

Conviene especificar que trabajar regularmente más de 48 horas semanales no solo afecta adversamente en la salud y rendimiento laboral, sino que también perjudica la productividad individual de los colaboradores y del comercial. De acuerdo con Ibermutaumur (2014, citado en Arcos Jaramillo, 2017):

La sobrecarga de trabajo genera presiones y conflictos que incrementan los niveles de estrés y por ende un deterioro en la salud física y psicológica, lo que puede aumentar el ausentismo o el uso de servicios médicos. La falta de personal, los horarios de trabajo extendidos, todos relacionados a la sobrecarga laboral, son la causa principal de los problemas de salud de los trabajadores.

La forma de respetar el descanso de los colaboradores sin forzar el desarrollo habitual de las actividades laborales es la expectativa de organizar el trabajo a través de

turnos rotativos que abarquen los días laborales, evitando sacrificar permanentemente a los mismos trabajadores, indistintamente de que varios de los trabajadores lleguen a sentirse motivados por los recargos en las horas de los cuales se harían beneficiarios por prestar sus servicios de manera extraordinaria. Es necesario recalcar que ninguna compensación por concepto de horas extraordinarias pueden ser comparadas con el beneficio de gozar de un verdadero descanso.

La inadecuada remuneración al personal laboral, el no estar asegurados y al no obtener beneficios adicionales como utilidades, bonos etc., son factores que causan desmotivación laboral en los empleados. El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) refiere que los empleadores se encuentran en la obligación de afiliar al trabajador al seguro general, a partir del primer día en el que inicia su labor y consecuentemente remitir al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social la notificación de entrada dentro de los primeros 15 días. Además, el empleador debe notificar al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social la modificación del salario, el apartamiento del trabajador u cualquier otra novedad distinguida para el historial laboral del asegurado. (IESS, 2022)

El Art. 328 de la Constitución Política de la Republica manifiesta que la remuneración debe de ser justa, con un salario digno que pueda cubrir por lo menos las necesidades básicas del empleado o trabajador, así como también las de los miembros de su familia; y que únicamente será embargable para el pago de pensiones por alimentos. (Derecho Ecuador, 2018)

Consecuentemente el estado se encargará de fijar así como también realizar la revisión anual del salario básico unificado que se establece en la ley, el cual se aplica de

manera general y de carácter obligatorio. Por otra parte, las remuneraciones deben ser pagadas de acuerdo en los plazos acordados y no deberán experimentar disminuciones o descuentos; excepcionalmente en el caso en donde exista alguna autorización por parte del empleado y de acuerdo a la ley.

“La desmotivación laboral no es patrimonio solamente de los empleados, sino que los mandos intermedios, directivos y empresarios también pueden verse afectados y deben hacerse responsables de ello.” (IEBS, sf.)

La motivación es el promotor de las decisiones que tomamos o el comportamiento que mostramos ante cualquier situación donde su origen genere incertidumbre, como jefe el motivar a sus empleados de servicio al cliente es una de sus principales prioridades; esta incluye los factores externos como el salario, seguridad laboral y condiciones de trabajo, del otro lado están los factores internos agrupando el desafío, logro, propósito, autosatisfacción y superación personal.

La falta de empatía con el cliente por parte de los empleados del comercial, no solo es entender la situación en la que se encuentra el cliente sino el mostrar interés en querer resolverlo, más allá de identificarse con él o la clienta, en este negocio los empleados no tienen la capacidad de entender, compartir los sentimientos y las experiencias de los clientes, de este modo el consumidor va percibir que no se lograra resolver sus necesidades de manera óptima, originando una atención y apoyo no oportuno hacia dicho inconveniente causando una pérdida de tiempo y disgusto por parte del cliente.

Según el autor Gil hace referencia que el servicio al cliente es independiente de la naturaleza empresarial, es decir, todos sin importar lo que vendamos, debemos enfocarnos en ello. Recuerda que un cliente bien atendido es un cliente fiel y el costo de un cliente fiel es 7 veces menos que el de buscar uno nuevo. Es decir, el entender al cliente y sus necesidades, brindarle el apoyo que requiere, escucharlo, brindarle soporte con soluciones oportunas, conectar con él, relacionarnos y ayudarlo a resolver, sin duda es la clave del éxito que te ayudara a retenerlo y crecer en términos empresariales. (Gil, 2020)

La empatía en el servicio al cliente es una herramienta primordial para el comercial con el propósito de interactuar con las personas, formar una relación, hacerlos sentir escuchados, respetados y comprendidos. El comprender mejor al cliente para distinguir sus preocupaciones y ofrecer una experiencia positiva, obtener su lealtad tendrá como resultado mejoras en el negocio. En determinadas situaciones los clientes no saben exponer sus necesidades o sentimiento y al acercarse hacia al empleado podrán recibir una atención eficiente en consecuencia a la comunicación estrecha.

La inexperiencia del personal en atención al cliente, al no conocer muy bien el comercial de manera externa e interna indudablemente es un problema ya que no resuelve necesidades que se presenta en el momento de las ventas con el cliente puesto que perjudica al comercial frente a las competencias y a su vez genera pérdida de clientes de manera que no presentan las habilidades y destrezas para sus actividades designadas.

“Ofrecer un buen servicio de atención al usuario no es sencillo. Requiere tener valores personales que no todo el mundo tiene, como la empatía o la paciencia, y una

buena formación, tanto para atender al cliente, como para conocer el negocio, como para saber utilizar las herramientas de trabajo.” (Pardo, 2018)

En el comercial reconocen que al no entender las necesidades de los consumidores en su totalidad conlleva a una mala experiencia, reduciendo su lealtad y este acontecimiento favorece a la competencia, por esta razón el servicio al cliente de “Don Saúl” debe tener como objetivo comprender a sus clientes, contar con disponibilidad para atender a los distintos tipos de clientes, con la finalidad de desarrollar soluciones efectivas.

Al no definir la planeación estratégica genera la falta de compromiso y de conciencia laboral por parte de los empleados, son las principales causas por el que se da el descenso en el rendimiento, la productividad y esto genera, pérdida de ingresos, incertidumbre e inestabilidad entre el personal lo que provoca un ambiente laboral no adecuado, desde el criterio de los autores (García Guiliány, Durán, Cardeño Pórtela, & Prieto Pulido, 2017)

La planificación estratégica de la empresa debe apuntar a la simplicidad, un enfoque que respalde su fijación de su valoración. De igual manera, la simplicidad de lo planificado no debe ir en desacuerdo con las aspiraciones competitivas de la empresa. Aunque es claro que las estrategias deben ser definidas de acuerdo al tiempo, lugar y objetivos a alcanzar; es por ello que las estrategias deben realizarse en relación a un plan considerado como parte del plan estratégico.

Las herramientas que permiten la identificación del problema y la estructura de las opciones alternativas incluyen el desarrollo de un análisis que tenga en consideración los pasos necesarios para la creación de un valor agregado para el servicio al cliente,

consecuentemente se implementa a través de un plan estratégico que se encuentra basado de acuerdo con objetivos, así como la misión y visión que han sido establecidas.

Darle prioridad al protocolo y no al cliente es una problemática a causa de seguir o dirigirse por los guiones de atención que pueden conducir a una amarga experiencia del consumidor y una baja popularidad para el servicio de atención al cliente.

“El protocolo (saludo, trato, despedida, etc.), como parte de la atención, hace referencia a las maneras o formalismos específicos que cierran el servicio cuando se brinda la atención. Y en la medida en que estos protocolos, que constituyen auténticos momentos de verdad, se apliquen de manera positiva, la atención es motivadora para quien la recibe y la brinda.” (Reyes, 2018)

Considerando los protocolos que han sido establecidos por el GAD Municipal del cantón Babahoyo, se comprenden las diferentes medidas de bioseguridad para la adecuada atención del cliente en los negocios de la ciudad, es así que hacen relación al uso de mascarillas, el uso de la bandeja de desinfección y la utilización de alcohol frecuentemente. Adicionalmente se considera la cantidad de aforo permitido en cada establecimiento.

Al no ejecutar un programa de capacitación interna al personal, tiene un impacto negativo de parte de los empleados hacia el comercial al observar que no existe preocupación por su desarrollo profesional y personal, esto tiene como resultado la mala organización en los grupos de trabajo, mala gestión de las ventas, falencias en la recepción de pedidos.

“El objetivo de la capacitación en habilidades de servicio al cliente es mejorar la atención al cliente, la experiencia del cliente y su consiguiente satisfacción. Una buena capacitación debe ser continua y centrarse en el desarrollo de habilidades, competencias y herramientas que ayudaran a los empleados a ofrecerles a los clientes una experiencia satisfactoria.” (Wylie, 2021)

Para el mejoramiento del área de servicio se deben realizar programas de capacitación a los empleados en concerniente al servicio, al igual realizar evaluación, control y seguimiento a los procesos realizados en el área, logrando que haya continuidad y permanencia con respecto al servicio al cliente del comercial.

Por parte del talento humano existe una mala selección del personal de atención al cliente, por ello estos no brindan una experiencia amigable para el cliente. Se puede decir que en toda organización o empresa la selección de personal tiene mucho que ver al respecto del cómo se desea proyectar la imagen de la empresa, de tal forma se deben de considerar las políticas definidas para la selección del personal. No obstante, algunas empresas optan por elegir a su personal de manera discreta y formal, así mismo, otras empresas consideran que es mejor reclutar al personal mediante el uso de la publicación de anuncios.

Es necesario añadir que el proceso de reclutamiento del personal se considere de acuerdo a la vacante y el perfil social que se desea en los aspirantes. Por otra parte, el proceso de reclutamiento del personal se integra por dos aspectos: aspectos que influyen de manera interna al proceso y los aspectos que influyen de manera externa mediante el mercado laboral.

El proceso de selección del personal involucra a tres elementos sumamente importantes, tales como la hoja de vida, las entrevistas y finalmente las referencias. A simple vista se puede apreciar que los elementos antes mencionados son indispensables para llevar a cabo el proceso de selección múltiple ya que forman parte importante para la toma de decisiones. Con la utilización de los tres elementos será posible determinar si los aspirantes cuentan con los conocimientos así como con la experiencia necesaria para el puesto vacante, finalmente será posible conocer si la persona posee características que le permitan ejecutar con eficacia las actividades asignadas.

Por ello es fundamental que el empresario o dueño de negocio tenga conocimiento con respecto al talento humano, con este podrá optar por seleccionar muy bien a sus empleados y poderles asignar labores en base al conocimiento, habilidades, destrezas y experiencias.

Así mismo, influye la ineficiencia de la estructuración organizacional que concentra la atención en el resultado de los procesos no en las tareas o actividades ya que hay información sobre el resultado final y cada miembro de la organización sabe cómo contribuye el trabajo individual al proceso global; lo cual se traduce en una responsabilidad con el proceso total y no con su tarea personal.

La estructura organizacional es indispensable en todas las organizaciones ya que define los elementos y características al respecto del cómo se va a organizar, además de que tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras de acuerdo al criterio del autor (Brume González, 2019).

De tal manera, todas las empresas tienen que contar con una adecuada estructura organizacional en relación a cada uno de los procesos, acciones o labores que se desean ejecutar, a través de una estructura sólida que facilite definir sus funciones y departamentos con el fin de elaborar o desarrollar productos o servicios, con un adecuado orden y control, de tal manera poder alcanzar todas y cada una de las metas u objetivos.

Se puede observar que los cambios no están regulados por un flujo o documento que pueda especificar las acciones a ejecutar ya que tras varios años se ha desarrollado de forma mecanizada la misma acción. Considerando las políticas internas se determina que existe una ineficiente estructura organizacional en la que es imposible establecer la misión, visión, valores, organigramas y políticas que faciliten la regulación de las actividades que se desean desarrollar.

El multicomercio “Don Saúl” cuenta con 8 empleados en total, tal como se describe a continuación:

Tabla 1. Talento humano del Multicomercio Don Saúl

Cantidad	Función	Observación
<i>1</i>	<i>Gerente Propietario</i>	<i>No cuenta con seguro social</i>
<i>1</i>	<i>Administradora</i>	<i>No cuenta con seguro social</i>
<i>1</i>	<i>Operaciones</i>	<i>No cuenta con seguro social</i>
<i>2</i>	<i>Cajeros</i>	<i>No cuenta con seguro social</i>
<i>3</i>	<i>Despachador</i>	<i>No cuenta con seguro social</i>
8 empleados		

Fuente: Datos de la investigación

Todos los roles y puestos ya fueron establecidos por el propietario el señor Cristhian Rengifo Berruz, conformado por 8 empleados.

La inexistencia del personal de supervisión afecta al monitoreo del sistema de control dentro del plan de ejecución puesto que no hay una persona que realice el seguimiento en las actividades para precisamente analizar, determinar y observar el curso del plan y realizar correcciones en las actividades realizadas por el equipo de trabajo en caso de ser necesarias, asegurando que las tareas se lleven a cabo adecuadamente por las personas responsables de las mismas y en el tiempo establecido.

“Una de las formas de garantizar la calidad de servicio es supervisar la atención. Esto se logra acompañando el desarrollo de cada interacción para identificar posibles fallas y determinar qué acciones del agente tuvieron un impacto positivo en la calidad del servicio; de este modo, se encontrará la mejor estrategia para deleitar a los clientes.”
(GENESYS, 2019)

La supervisión es una actividad sistemática y especializada que tiene como finalidad la realización de los procesos de trabajo, entre otros elementos que en forma directa o indirecta trabajan en consecución del servicio destinado a satisfacer al consumidor quienes cada día son más exigente, mediante su implementación puede contribuir al éxito del comercial. La falta de personal de supervisión a los empleados produce consecuencias graves para el comercial. Los efectos negativos más visibles son inconvenientes de productividad y conflictos para lograr cumplir con los objetivos planteados.

No disponer de un área apropiada en la espera del cajero sumado el reducido espacio para la atención al cliente quienes aguardan en la parte exterior del comercial que en ocasiones presentan inconformidad por diversos factores tales como el clima y

actividades que se desarrollan en lugares aledaños dan como resultado que los clientes abandonen el establecimiento sin la adquisición de sus productos, el comercial dispone una dimensión de 10 m de ancho y 30 m de largo, al ingresar en sus extremos está ubicado el personal de caja, en el cual se considera que el espacio interno del comercial no es el apropiado en referencia a la magnitud de clientes que tiene el mismo.

Una vez que se cruza la puerta, el espacio de la entrada es el punto de partida del recorrido interior. Esta zona suele ser amplia y abierta, para que el cliente tenga tiempo de detenerse y asimilar el ambiente de la tienda y permitir que las personas entren y salgan de ella con mayor comodidad. La entrada es el área clave para exponer las novedades de la tienda. Para ello, puede instalarse un expositor singular o llevar a cabo una acción promocional. La entrada debe garantizar el acceso a todos los usuarios. Debe ser lo suficientemente ancha para permitir el paso de cochecitos de bebe y sillas de ruedas. (Villalmanzo, 2017)

En relación con el autor el espacio comprende uno de los sitios importantes a la hora de elegir donde se quiere adquirir el servicio debido que contribuirá a la circulación general en el interior del establecimiento sino que también será un soporte para establecer la mercadería en tiempo y espacio de manera inmediata, de este modo se debe de ofrecer el espacio que esté acorde al número de clientes que acuden frecuentemente y además de considerar el volumen de sus productos a comercializar permitirá distinguir a los clientes que no se encuentran dentro de sus planes de adquisición de un productos en particular, y de quienes llama la atención y suelen efectuarse como compras no planeadas.

Los colaboradores trabajan en respuesta a los pedidos generando largos tiempos de espera para acceder al servicio en especial en días denominados pico donde no se puede atender de manera rápida a todos los clientes ocasionando que muchos esperen a veces horas para ser atendidos. Las necesidades del cliente requieren respuestas rápidas, es probable que los clientes se retiren del comercial y el 30% de esos clientes no retornen. El disminuir los recursos para atender al cliente, no optimizar los tiempos de entrega del producto, y siempre pedir disculpas evidencia la falta de seguimiento del servicio al cliente.

En este panorama, en que la calidad del servicio y el tiempo de espera transcurrido para la atención al usuario son vistos como estrategias de la empresa para la satisfacción del cliente, el tiempo de espera y la calidad del servicio ofrecido al usuario cumplen un papel relevante, logrando así cambiar la percepción e imaginario colectivo que se tiene de una empresa que oferta un servicio tan vital como atención al cliente mezclado con tiempos de espera.

De acuerdo al criterio de (S. Bonfante, 2020), cada uno de los empleados, trabajadores o servidores pueden disponer un cierto tiempo de servicio variable. De igual manera pueden atender en lotes o individualmente. Comúnmente el tiempo de labor de cada trabajador suele determinarse de acuerdo al número de clientes en espera, laborando con mayor rapidez o mayor lentitud, aquello se considera como patrones de servicio dependientes.

El tiempo que los empleados ocupan para atender a sus clientes es una de las situaciones que genera controversia, al menos en el mes de diciembre, feriados nacionales

o locales donde existe mayor demanda de productos y la prestación de servicio, en este colapso es cuando la demora en la atención predomina porque mientras más tiempo permanece el cliente sin ser atendido tendrá razones para poner en duda la calidad del servicio que percibe adicional a esto la situación puede empeorar cuando no existen las comodidades y áreas necesarias para esperar el tiempo suficiente.

“La posventa se construye con una serie de acciones adoptadas por la empresa, justo después de hacer la entrega de un producto o de un servicio a sus clientes.” (Zenvia, 2021)

El proceso de posventa se realiza con la finalidad de poder conservar una correlación durable con los clientes y así fidelizarlos. Lo mencionado anteriormente se puede lograr a través del uso de la técnica de contacto con el cliente, particularmente se realiza con mensajes posventa en donde se pretende corroborar cual es el nivel de satisfacción de los clientes en sus compras realizadas. Además, con efecto inmediato puede surgir la posibilidad de poder esclarecer las dudas existentes, así como la solución de problemas eventuales y finalmente la identificación de las necesidades de los consumidores. Es así que la empresa puede demostrar al cliente su interés por su nivel de satisfacción por los servicios brindados (servicio de atención al cliente y productos vendidos).

“El enfoque principal de la preventa es ofrecer valor al cliente durante cada una de las etapas del proceso de ventas. Sin embargo, este valor debe contribuir al logro de los objetivos estratégicos del cliente, como el cierre de la venta y la fidelización. Si bien las ventas a menudo reciben la atención por cerrar negocios que provienen de ofertas, un

proceso de preventa es fundamental para el éxito de cada oportunidad y la organización general del departamento comercial. Las actividades que son de preventa ayudan a las empresas a desarrollar relaciones comerciales más solidas y a menudo también son fundamentales para retener a los clientes existentes.” (Douglas da Silva, 2021)

El servicio de atención al cliente se considera como un grupo de distinguidas características que se enlazan entre sí para lograr satisfacer alguna necesidad en particular además de cumplir con expectativas. Dicho de otra manera, se considera como la atención que las empresas le otorgan a sus clientes ya sea para atender consultas, solicitudes, reclamos, ofrecer o promocionar algún producto o servicio. Es así que se puede decir que una empresa puede asegurar a sus clientes, particularmente porque un cliente satisfecho con los servicios brindados es un cliente dispuesto a conseguir nuevos productos o servicios de acuerdo con el criterio del autor (Robayo Rodríguez, 2017).

Tabla 2. *Datos relevantes de entrevista*

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Considera usted que en el negocio se ofrece calidad del servicio al cliente?	Se trata de la mejor manera satisfacer las necesidades del cliente para que perciban un servicio de calidad
2	¿Tiene conocimiento acerca de las estrategias de ventas?	Se tiene un ligero conocimiento pero no se logra aplicar las estrategias idóneas para el desarrollado de las ventas en el comercial
3	¿Se realizan capacitaciones al personal referente al trato con los clientes?	No se desarrolla un programa de capacitación para mejorar la efectividad de los trabajadores.
4	¿Se realiza algún tipo de planificación empresarial cada mes?	El desarrollo de las planificaciones son escasas.

5	¿Existen algún tipo de protocolo de atención al cliente que los empleados puedan tener de base en el trabajo diario?	El comercial si presenta un riguroso protocolo de atención al cliente.
6	¿Se realiza la supervisión y control de las actividades que desarrollan los empleados?	No se ejecuta el proceso de supervisión por la falta de personal adecuado para esta actividad.
7	¿Cree usted que al brindar calidad del servicio al cliente se conciben mayores posibilidades para incrementar ventas?	Si porque los clientes satisfechos se mostraran más dispuestos a comprar los productos a causa del servicio de calidad ofrecido.

Fuente: Datos de la investigación.

Analizando las respuestas del propietario del Multicomercio “Don Saúl” se puede observar que la empresa en estudios carece de un plan estratégico que permite el determinar los objetivos claros para gestionar la calidad del servicio. En términos generales, se puede percibir el mal rendimiento de los empleados, a causa de la falta de compromiso del propietario.

CONCLUSIONES

Después de un análisis general sobre la información obtenida se pudo concluir que el servicio al cliente del comercial “Don Saúl” presenta la falta de aplicación de estrategias de ventas basados en la segmentación del mercado y tecnología, produciendo un mal enfoque de acciones afectando al resultado, competitividad y su permanencia en el mercado. La mala remuneración ocasiona desmotivación al personal, que afecta el desempeño en el entorno laboral.

El desarrollo del talento humano que tiene el comercial, presenta problemas en su administración, puesto que existe una mala selección del personal de atención al cliente afectando la ejecución de sus actividades y como resultado de la deficiente acción genera el bajo rendimiento en la calidad del servicio que tiene la empresa ocasionando pérdidas de dinero y de tiempo.

La falta de programa de capacitación enfocados en el servicio al cliente tiene como resultado la mala organización en los grupos de trabajo, afectando la gestión de venta generando falencias en la recepción de pedidos. La falta de empatía con el cliente surge porque los empleados no presentan la capacidad de comprender la incomodidad del cliente, el uso de técnicas para determinar las necesidades, estos puntos afectan a la interacción con el cliente quien va percibir que la atención no es de excelente calidad.

La inexperiencia del personal en atención al cliente, al no conocer muy bien el comercial de manera externa e interna, no pueden resolver necesidades generando pérdida de clientes porque no presentan las habilidades y destrezas para sus actividades designadas.

Bibliografía

- Arcos Jaramillo, M. F. (2017). Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6057/1/T2551-MDTH-Arcos-La%20sobrecarga.pdf>
- Brume González, M. J. (2019). *ITSA*. Obtenido de <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>
- Derecho Ecuador. (1 de febrero de 2018). *DerechoEcuador.com*. Recuperado el 16 de julio de 2022, de DerechoEcuador.com: <https://derechoecuador.com/remuneraciones-del-trabajador/#:~:text=328%20de%20la%20Constituci%C3%B3n%20de,pago%20de%20pensiones%20por%20alimentos>.
- Douglas da Silva, W. C. (2021). ¿Que es preventa y como ayuda a convertir leads en clientes? *Zendesk*, 5.
- García Guilianny, J. E., Duran, S. E., Cardeño Pórtela, E. 3., & Prieto Pulido, R. 4. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapa ejecutadas en pequeñas y mediana empresas para optimizar la competitividad. *Espacios*, 2-15.
- GENESYS. (5 de Febrero de 2019). *GENESYS*. Recuperado el 12 de Agosto de 2022, de <https://www.genesys.com/es-mx/blog/post/monitoreo-eficaz-sepa-como-garantizar-la-calidad-del-servicio-de-atencion>
- Gil, J. M. (2020). Estamos perdiendo clientes por falta de empatía y alguien tenía que decirlo. *LinkedIn*, 1-2.
- Hernández-García de Velazco, J. G.-V.-H. (2017). Estrategias clientelares de calidad de servicio y factores clave de exitos sector financiero-bancario; Marketing y competitividad en las organizaciones. *Universidad Simon Bolivar*, 298.
- IEBS. (sf. de sf. de sf.). *iebsschool*. Recuperado el 12 de Agosto de 2022, de <https://www.iebschool.com/blog/desmotivacion-laboral-relaciones-laborales/>
- IESS. (18 de Enero de 2022). *iess.gob.ec*. Recuperado el 14 de julio de 2022, de https://www.iess.gob.ec/es/sala-de-prensa/-/asset_publisher/4DHq/content/empleadores-estan-obligados-a-afiliar-a-los-trabajadores-desde-el-primer-dia-10174?redirect=https://www.iess.gob.ec/es/sala-de
- Pardo, D. (12 de Abril de 2018). *INTEGRIAIMS*. Obtenido de <https://integriaims.com/causas-de-una-mala-atencion-al-cliente/>
- Reyes, L. A. (2018). *Repository.unimilitar*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20528/Ang%C3%A9licaReyesNavarrete2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Robayo Rodríguez, A. (7 de Abril de 2017). Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16203/RobayoRodriguezAlejandro2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

S. Bonfante, J. C. (6 de diciembre de 2020). Obtenido de
file:///C:/Users/W10/Downloads/4935-Texto%20del%20art%C3%83_culo-17931-1-10-20210305.pdf

Villalmanzo, C. S. (Julio de 2017). *Uvadoc.uva.es*. Obtenido de
[file:///C:/Users/W10/Downloads/TFG-P-608%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/W10/Downloads/TFG-P-608%20(1).pdf)

Wylie, N. (2 de Agosto de 2021). *Ispring*. Obtenido de
<https://www.ispring.es/blog/capacitacion-de-servicio-al-cliente>

Zenvia. (26 de Enero de 2021). *Zenvia*. Obtenido de
<https://www.zenvia.com/es/blog/posventa/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA

ANEXO N° 1 URKUND

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Vera Ortiz Angie Johanna.

6% Similitudes
8% Texto entre comillas
5% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Vera Ortiz Angie Johanna...docx
Tamaño del documento original: 49,62 ko
Autor: []

Depositante: undefined undefined
Fecha de depósito: 15/8/2022
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 15/8/2022

Número de palabras: 5236
Número de caracteres: 34.391

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uasb.edu.ec 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas : 1% (63 palabras)
2	repository.unimilitar.edu.co	1%		Palabras idénticas : 1% (56 palabras)
3	www.ispring.es Capacitación de servicio al cliente - impartirla online	1%		Palabras idénticas : 1% (52 palabras)
4	www.genesys.com Monitoreo eficaz: Sepa cómo garantizar la calidad del servicio d...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (53 palabras)
5	integrams.com Causas de una mala atención al cliente; las más frecuentes	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (47 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- https://www.iess.gob.ec/es/sala-de-prensa/-/asset_publisher/4DHq/content/empleadores-están-obligados-a-afiliar-a-los-trabajadores-desde-el-primer-día-/10174?redi...
- <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16203/RobayoRodriguezAlejandro2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA

ANEXO N° 2 CARTA DE AUTORIZACION

Babahoyo, 14 de julio del 2022

Sr

Cristhian Saul Rengifo Berruz

ADMINISTRADOR DEL COMERCIAL "DON SAUL"

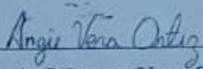
En su despacho.

De mis consideraciones:

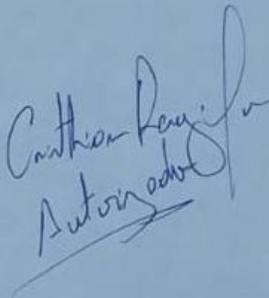
Yo: **Vera Ortiz Angie Johanna**, con cédula de identidad 125122310-1, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio, matriculada en el proceso de titulación periodo abril – septiembre 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi estudio de caso denominado **Calidad del servicio al cliente del comercial Don Saul de la ciudad de Babahoyo periodo 2021** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecida.

Muy atentamente



Angie Johanna Vera Ortiz
C.I. 1251223101


Autorizado



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA

**ANEXO Nº 3 ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DEL
MULTICOMERCIO “DON SAUL”**

TEMA: Calidad del servicio al cliente del comercial Don Saul

- 1. ¿Se siente satisfecho laborando en el comercial?**
 - a) Totalmente
 - b) Parcialmente
 - c) De ninguna manera

- 2. ¿De los siguientes valores cuáles cree usted que requiere mayor atención por parte del talento humano en la empresa?**
 - a) Sentido de pertenencia
 - b) Trabajo en equipo
 - c) Calidad en el servicio
 - d) Respeto por el cliente

- 3. ¿Cómo calificaría la guía y capacitación que le brindan al personal para el cumplimiento de tareas?**
 - a) Muy buenas
 - b) Buenas
 - c) Regular
 - d) Malas

- 4. ¿Adicional a las labores por las que fue contratado, le asignan otras tareas?**
 - a) Si
 - b) No

- 5. ¿Considera que el negocio brinda un servicio al cliente de calidad?**
 - a) Totalmente
 - b) Parcialmente
 - c) De ninguna manera

6. ¿Considera que los clientes se hayan insatisfechos con el actual servicio que reciben al visitar el establecimiento?

- a) Si
- b) No

7. ¿Se promueve el trabajo de equipo para ofrecer un mejor servicio al cliente?

- a) Si
- b) No

8. ¿Qué aspecto considera que los clientes valoran mas en el servicio al cliente?

- a) Rapidez en la atención
- b) cortesía
- c) asesoramiento para comprar

9. ¿Cree usted que la desatención de los empleados a las preguntas de los clientes hace que prefieran comprar en otros sitios?

- a) Si
- b) No

10. ¿Cree usted que en el negocio se mejoraría la calidad del servicio al cliente si existiera una mejor organización interna entre los empleados?

- a) Totalmente
- b) Parcialmente
- c) De ninguna manera



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA

**ANEXO Nº 4 ANALISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS
EMPLEADOS DEL MULTICOMERCIO “DON SAUL”**

OBJETIVO: *Obtener información relevante sobre la calidad del servicio al cliente del Comercial “Don Saul”, como trabajo de Titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial.*

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

Tabla 3. *Programas de capacitación*

Alternativa	Frecuencia	%
Muy eficiente	0	0%
Eficiente	2	20%
Poco eficiente	6	60%
Nada eficiente	0	0%
Pésimo	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Datos de la investigación.

Como se puede observar en el cuadro, de 8 trabajadores encuestados la mayor parte con el 60% indicaron que los programas de capacitación en la empresa son poco eficientes, ya que no tienen una breve inducción antes de realizar el trabajo. La falta de capacitación interna a los trabajadores tiene como consecuencia mala organización en equipos de trabajo.

Tabla 4. *Brinda un servicio al cliente de calidad*

Alternativa	Frecuencia	%
Totalmente	3	30%
Parcial	4	40%
De ninguna manera	1	10%
Total	8	100%

Fuente: Datos de la investigación.

Al analizar los resultados de la tabla número cuatro, se obtiene que hay una parte de empleados que reconocer que no brindan un servicio de calidad adecuado para la satisfacción del consumidor.

Tabla 5. *Atención por parte del talento humano*

Alternativa	Frecuencia	%
Sentido de pertenencia	0	0%
Trabajo en equipo	1	10%
Calidad en el servicio	7	70%
Respeto por el cliente	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Datos de la investigación.

Observando los resultados de la tabla cinco, se examina que la gran mayoría de los empleados ocupando un 80%, consideran que la atención del talento humano de la empresa es poco adecuada por motivo a que no les permite desarrollar las actividades apropiadas para sus funciones designadas. Puesto a que no maneja un diseño de organigrama y un manual de funciones para mejorar el proceso administrativo y el manejo de las actividades del negocio.