



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN
NOVIEMBRE 2022 – ABRIL 2023

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
PRUEBA PRÁCTICA

LICENCIADA EN COMERCIO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMERCIO

TEMA:
CALIDAD DEL SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
IMPORTADORA JORUA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, PERIODO 2022

EGRESADO:
ROXANA MARIELA RONQUILLO MURRIETA

TUTOR:
LCDO. VÍCTOR MARTÍN PARRALES CARVAJAL, MBA

AÑO 2023

INDICE

RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVOS DE ESTUDIO.....	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	9
MARCO TEÓRICO.....	10
MARCO METODOLÓGICO.....	20
RESULTADOS.....	23
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
CONCLUSIONES	33
RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	37

RESUMEN

El presente estudio de caso se basa en la calidad del servicio en la atención al cliente en la importadora Jorua de la ciudad de Babahoyo del periodo 2022, parte del objetivo en analizar el proceso que se relaciona con la acción de atender a los consumidores y su incidencia en el área de ventas de la empresa. Lo cual, ha permitido que se indague aquellos factores que influyen en la decisión de compra del usuario partiendo de los estándares que se les brinda por parte de la compañía. Por lo tanto, la finalidad del trabajo se direcciona en la determinación de las causas que han provocado que este tipo asistencia se haya deteriorado durante el año analizado.

Para llevar a cabo la recopilación de información relevante para el desarrollo del presente caso de estudio se implementó mediante las metodologías aquellas herramientas técnico - científicas, con el propósito de obtener datos que permitan complementar la información documentada, por lo cual, se aplicó una entrevista dirigida al gerente de la empresa por medio de un formulario de preguntas, como a su vez se estableció el uso de la encuesta direccionada a los clientes a través de cuestionario, considerando la escala de Likert, con la finalidad que se logre identificar las carencias y debilidad que existen en el proceso de brindar una adecuada calidad en el servicio al cliente por parte de la empresa.

Palabras Claves: Servicio, calidad, cliente, procesos, comportamiento.

ABSTRACT

The present case study is based on the quality of the service in customer service in the importer Jorua of the city of Babahoyo in the period 2022, part of the objective of analyzing the process that is related to the action of serving consumers and their incidence in the sales area of the company. Which, has allowed to investigate those factors that influence the user's purchase decision based on the standards that are provided by the company. Therefore, the purpose of the work is aimed at determining the causes that have caused this type of assistance to deteriorate during the analyzed year.

To carry out the collection of relevant information for the development of this case study, those technical-scientific tools were implemented through the methodologies, with the purpose of obtaining data that allow to complement the documented information, for which, a directed interview was applied. to the manager of the company by means of a question form, as well as the use of the survey directed to the clients through a questionnaire, considering the Likert scale, with the purpose of being able to identify the deficiencies and weaknesses. that exist in the process of providing an adequate quality of customer service by the company.

Keywords: Service, quality, customer, processes, behavior.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las empresas comercializadoras que se dedican a la compra-venta de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de las personas, además de brindar un producto de calidad al cliente, también tienen la responsabilidad inherente de dar un buen servicio de atención, con el fin de que estos compradores se conviertan en clientes fieles aumentando las ventas, dando una ventaja competitiva entre las demás empresas que oferten el mismo servicio o bien, la clave del éxito de una empresa radica en la diferenciación que la misma logre sobre las demás. La calidad del servicio al cliente que presenta una empresa muestra cuán importante son los clientes.

Con el pasar del tiempo, se han ido produciendo muchos cambios a nivel mundial, como la globalización de la economía, la tendencia hacia el incremento de la competencia y la búsqueda de la excelencia organizativa, ocasionando que las miles y millones de empresas que existen se desarrollen con una mayor competitividad en el mercado. La reputación o estatus de una empresa en el mercado dependerá de la publicidad que ésta reciba, la cual puede llegar a ser positiva o negativa, dependiendo de la situación en la que se encuentren.

La importadora JORUA es una empresa que se dedica a la importación, comercialización y distribución de medicamentos e insumos médicos en general. Su estructura organizativa está integrada por el área administrativa y el área de ventas. Siendo una empresa que realiza ventas al público en general, su servicio de atención al cliente debe ser de calidad, brindando tranquilidad y confianza a los compradores de los productos, sin embargo, este servicio no ha sido de esa manera.

Con la finalidad de conocer la razón por la cual el servicio en la atención al cliente se ha visto deteriorado, se ha determinado realizar un análisis sobre este servicio. Mediante la recopilación de datos obtenidos de diversas fuentes de información, se podrá establecer una

base sólida que ayudará en la comprensión del tema denominado “Calidad del servicio en la atención en la importadora JORUA de la ciudad de Babahoyo”.

Las principales causas que ocasionan este tipo de problemática se deben a la falta de buenos modales durante la transacción de compra, el desinterés en la atención, la larga espera para recibir la atención, si no existe un trato amable hacia los compradores, ni el interés adecuado, la interacción será incómoda y la clientela disminuirá debido a ello. Es muy claro que, si la experiencia de compra vivida es desfavorable e incómoda, las personas no volverán a pasar por ello prefiriendo realizar sus compras en otros lugares.

La preocupación por el cliente no es reciente, se manifiesta en la definición de mercadotecnia relacional de Berry en 1983, ya que utiliza términos como atraer, mantener y mejorar las relaciones con el cliente y enfatiza nuevamente en la importancia de mantener y mejorar la relación con los clientes para el logro de objetivos. La clientela no solo se atrae para que compre los productos al instante, ya que esa acción solo es un beneficio a corto plazo, lo que prevalece en este tipo de comercio es la buena atención y ambiente que se le da a los clientes, con el fin de que vuelvan a comprar en un futuro, esto es lo importante, porque se generará beneficios a largo plazo a causa de la preferencia del lugar elegido por el mismo cliente.

El cliente es uno de los pilares más fundamentales en la evolución y desarrollo de una empresa, sin clientes se pueden obtener ganancias en las ventas. Si el buen trato atrae una mayor cantidad de posibles compradores, entonces debe darse ese trato, si se diese el caso contrario la misma empresa busca la quiebra dado que ahuyenta a las personas al no aplicar las medidas necesarias para cambiar ese hecho.

Con base en el planteamiento del problema, lleva a formular la siguiente pregunta: ¿De qué manera afecta la calidad del servicio en la atención al cliente que brindan los trabajadores del área de ventas de la importadora JORUA en la ciudad de Babahoyo?

JUSTIFICACIÓN

El informe consiste en la calidad del servicio en la atención al cliente que brinda la importadora JORUA en la ciudad de Babahoyo, siendo un negocio dedicado a la venta al por mayor de insumos médicos y medicamentos varios, su mercado es muy amplio, ya que atiende al público en general, por lo cual debe de prestar mucha atención en el trato ofrecido. Es importante tomar en cuenta este tema, puede parecer sencillo y fácil de llevar, pero si no se realiza adecuadamente sus consecuencias no serán fáciles.

El motivo por el cual se realiza esta investigación es para conocer y comprender las causas y consecuencias que pueden suscitarse dentro de una empresa o negocio cuando el servicio de atención al cliente no es el adecuado. Mediante la información recopilada de diversas fuentes será posible realizar un correcto análisis sobre la situación. Cada empresa, entidad u organización sin importar su actividad económica, debe ser consciente de la importancia que da a su clientela, ya que, con base en la acogida y opinión pública que reciba por las personas, su reputación será crecerá o decaerá.

Una buena calidad en el servicio de atención al cliente trae beneficios a ambas partes, tanto al que adquiere el bien o servicio como al que vende, y no solo nos referimos al beneficio monetario que da este tipo de transacción, sino a las relaciones comerciales a futuro que nazcan de dicha acción. Si la parte vendedora además de ofertar un bien o servicio de calidad le suma el valor agregado en la atención que ofrece, los clientes ocasionales pasarán a convertirse en clientes fieles, obteniendo un aumento en sus ventas e ingresos.

Es decir, los beneficios que obtiene la empresa al ofrecer un servicio al cliente de calidad será el aumento en sus ventas e incremento en sus ingresos además de mayor publicidad gratuita que la misma clientela difunde al sentir que sus necesidades de compra han sido satisfechas.

OBJETIVOS DE ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

Analizar la calidad del servicio en la atención al cliente que brindan los trabajadores del área de venta de la Importadora JORUA en la ciudad de Babahoyo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar las conceptualizaciones adecuadas en referencia al servicio al cliente que debe brindarse por parte de las empresas ofertantes de bienes y servicios en general.
- Determinar las causas que han provocado que el servicio en la atención al cliente se haya deteriorado en la Importadora JORUA.
- Comprobar la calidad del servicio al cliente dado por la Importadora mediante la aplicación de una entrevista al gerente de la empresa y encuestas a los trabajadores y clientes que compren sus productos.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El presente caso de estudio, se realizó siguiendo la línea de investigación propuesta por la universidad técnica de Babahoyo en la facultad de administración finanzas e informática, siendo esta de Gestión financiera administrativa, tributaria, auditoría y de control; considerando una Sub línea de Marketing y comercialización para la carrera de comercio.

La línea de investigación que se aplicó para el presente caso de estudio fue Gestión financiera de administración, finanzas e informática y se relaciona con la investigación en lo referente al área administrativa debido a que el tema se centra en la calidad del servicio en la atención al cliente. Las decisiones tomadas por parte de la administración en cuanto a este servicio han dado lugar a situaciones inconvenientes que ha pasado la clientela al momento de comprar los productos. Es por ello que se seleccionó esta línea de investigación debido a su vinculación con la temática

La sub línea de investigación Marketing y Comercialización concuerda con la investigación en que este servicio se da por la principal y básica acción de comercializar. La actividad, acción o hecho llevado a cabo por dos personas en la cual cada uno de ellas se beneficia por la compra-venta de un bien o servicio nace del simple hecho del intercambio o comercio, por lo cual es evidente la relación vinculante de la sub línea de investigación con el tema en cuestión. Además, cabe mencionar que el servicio en la atención al cliente es una estrategia de marketing que puede permitir a las empresas a aumentar sus ventas mediante su aplicación, la manera en la que se implementa dependerá de la entidad y acorde a la respuesta o acogida que tenga en el público en general su desarrollo será más rápido, así como su reputación.

La calidad del servicio al cliente es una de las maneras en que una empresa puede darse a conocer entre los clientes potenciales que se acercan a su negocio, mientras mejor sea el trato amable y cordial ofrecido, más cómodo se sentirá el cliente.

MARCO TEÓRICO

La importadora Jorua S.A es una empresa que se dedica a la importación, comercialización y distribución de medicamentos e insumos médicos en general. Su estructura organizativa está integrada por el área administrativa, financiera, recursos humanos, logística, compras y ventas. Esta organización como un negocio que importa medicamentos de todo tipo y categoría también realiza ventas al público en general, su representante legal es el Ing. Fernando Eduardo Ronquillo Murrieta y la compañía como tal realiza sus actividades comerciales y facturación bajo el RUC 0992173491001.

Las empresas dedicadas a la comercialización de bienes y servicios al público en general, no solo deben tener en cuenta la diversificación de su inventario en stock para cubrir la demanda de los clientes, también debe tener tomar cuidado sobre la forma en que vende el producto a otra persona, es decir, la atención al cliente. Por lo tanto, para tener una mejor comprensión sobre el desarrollo del tema propuesto, a continuación, llevarán a cabo las conceptualizaciones de los factores importantes para un mejor desarrollo de la calidad de atención en las organizaciones.

Con la finalidad de obtener una mayor comprensión del tema a desarrollar se procederá a citar varios autores que han expresado su opinión sobre los términos a utilizar.

Cliente

Según (Alpizar Dominguez & Hernández Jaimes, 2018) al sujeto cliente se lo define como aquel individuo, institución, empresa u organización que se dedica a realizar comprar o que adquieren de manera voluntaria productos y servicios que necesitan para la satisfacción de sus necesidades como también para el uso o consumo de tercera personas si el caso lo amerita, la única finalidad de acta acción comercial es la de llegar a un nivel de satisfacer sus exigencias y gustos a través del consumo de un o más artículos a cambio de una contribución económica ya establecida al bien.

El cliente es el individuo u organización que reviste una importancia particular puesto que se trata la interacción de una relación comercial con una empresa o empleados que le ofrece el producto o servicio que va acorde con la necesidad que desea satisfacer, poniéndolo en el centro de las atenciones para que tenga una experiencia de compra adecuada. De ahí parte la clave fundamental en que las empresas buscan conocer e identificar las exigencias puntuales, con el objetivo de brindar las diferentes soluciones que logren suplir lo deseado (Aguirre, 2021).

Servicio

Se denomina servicio a la actividad o beneficio las empresas o comerciantes le ofrecen a otra persona que se la establece como cliente o comprador, con el objetivo de brindar un bien o satisfacción de necesidades que se presentan y que se deben de atender, este tipo de acción se presentan de dos formas, la primera es de manera intangible lo cual busca atender los deseos de aquel individuo y la tangible que esta direccionada a la utilización de materiales y artículos para poder ejecutar lo anhelado, sin embargo, cuando dicho uso se requiere no hay transferencia de la propiedad de aquellos bienes que se encuentran inmersos en el proceso (Maldonado, 2018).

Calidad del Servicio

Se denomina a la calidad como el cumplimiento de los requisitos que le brindan al comprador al momento de adquirir un bien determinado, por el cual, al asociar este concepto con el servicio, se entiende entonces que es el hábito o habilidad que las empresas u vendedores desarrollan para poder identificar e interpretar las exigencias de los consumidores y de esta forma poder ofrecer los diferentes productos o artículos que tengan una relación con el gusto o necesidad que desea satisfacer, por lo tanto, el coste de mantener a un individuo o comprador suele tener un nivel inferior al costo que se asigna para la atracción de clientes potenciales (Cevallos Enríquez, Peña Vélez, Carreño Villavicencio, & Pinargote Montenegro, 2019).

Según (Cardozo, 2021) afirma que la calidad del servicio no es simplemente una diferencia competitiva para las empresas, se lo considera también como un elemento fundamental para solidificar las bases en las relaciones comerciales a futuro. En caso de que suceda un inconveniente en este tipo de relaciones, podría afectar negativamente a la empresa, perjudicando la fidelización de los clientes, lo que conlleva a que los ingresos por ventas disminuyan dando resultados negativos para el desarrollo y estabilidad económica de la organización.

Servicio al Cliente

Se establece al servicio al cliente como un conglomerado de estrategias que las empresas o vendedores diseñan con el único propósito de satisfacer de mejor forma que la competencia las expectativas de los consumidores tanto actuales como potenciales, por lo tanto, este tipo de acciones se encuentran dirigidas a los compradores, ya que, son de gran importancia para la empresa, porque a través de esta aplicación se logra asegurar la fidelidad de los clientes a la empresa y a su vez buscan que las necesidades logren satisfacerse de una manera positiva, lo que permitirá que exista una permanencia y fidelización de los clientes actuales como de los potenciales (Echeverry, 2018) (pág. 04).

En concordancia con Echeverry, el autor (EALDE BUSINESS SCHOOL, 2019) en su trabajo investigativo llamado “Diferencias entre la propuesta de valor y la ventaja competitiva”, menciona que este servicio lo considera como una estrategia que las empresas emplean con la finalidad de agregar valor agregado al producto o servicio vendido, logrando marcar una diferenciación de estas acciones ante sus competidores y de esa manera se logra contar con una ventaja competitiva que conlleva a que la organización logre un desarrollo y crecimiento idóneo para la estabilidad económica de los actores internos del negocio.

Con base en los conceptos citados de diferentes autores acerca de cliente, servicio, calidad del servicio y atención al cliente, se puede afirmar que el servicio en la atención al

cliente no solo es un intercambio de palabras corteses que un vendedor ofrece a un potencial comprador. Este simple intercambio de compraventa entre dos personas dejó de ser solo eso, ahora se ha convertido en una forma de obtener relaciones comerciales a futuro que ayudarán a ambas partes. El comprador dejó de ser la persona que solo compra algo porque lo necesita, sino que compra algo porque sencillamente lo quiere y listo, y el vendedor debe desempeñar su papel, en el cual tendrá la labor de ayudar al cliente a seleccionar el bien o servicio que este quiera y lo más importante, que logre satisfacer su necesidad o su vanidad.

Objetivo del servicio al cliente

La definición clara sobre el servicio al cliente es esencial de cara a determinar cuáles son los factores de control de cada uno de los procesos que se ejecutan dentro de la atención al consumidor y cómo se brinda la información, por lo cual, parte de la acción de recabar datos y estos a su vez sean valorados. Por lo cual, se considera que en el entorno empresarial la visión estratégica de un área de atención al cliente es la premisa que permite englobar los objetivos importantes y fundamentales para el desarrollo del negocio (Vega, 2020).

Por lo tanto, se establecen objetivos encaminados a la satisfacción del cliente que este aspecto es el que refleja la percepción del cliente sobre el grado de cumplimiento y gusto que ha adquirido durante su experiencia de compra, como también el control y reducción de costos, ya que, a través de este escenario que se logra una captación favorable para las organizaciones cuando cuentan con precios accesibles para el bolsillo de los usuarios, como también se da la captación de información del mercado llamado market intelligence que es el método en donde se brinda la información fiable permitiendo ganar confianza con los consumidores y estos logren fidelizar a la compañía.

Características del Servicio en la atención al Cliente

En el mundo y mercado comercial globalizado se observa a través de los tiempo que las características del servicio en la atención al cliente son muchas, ya que varían según los

tiempo, temporadas y cambios tecnológicos que se van dando a cómo, por lo cual, se ha identificado que en este tipo de acciones son los empleados los que brindan a sus consumidores y compradores estas atenciones direccionadas a satisfacer sus necesidades y expectativas, por lo cual, a continuación se describirán algunas de las características más destacadas que el autor (García, 2018) ha considerado en su artículo de revista titulado “Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente” y estos son: la intangibilidad, la integración, heterogeneidad, perecedero, promesa básica, satisfacción y valor agregado.

En concordancia con lo planteado anteriormente, existen otros autores que toman en cuenta otros aspectos y uno de ellos es (Da Silva, 2021) en donde expone las características que ellos creen oportunas en el buen servicio al cliente y estas son: no es acumulable, como también que no se puede controlar como un objeto, este no se puede determinar su nivel de calidad, lo primordial de estas acciones son la información brindada, lo que se ejecuta se hacen perecederos, consumibles al instante, a su vez, se da el contacto directo entre ambas partes interesadas y por último es que los vendedores son responsables de sus palabras.

Ambos autores exponen sus opiniones en relación a las características del servicio en la atención al cliente. La heterogeneidad que menciona García, consiste en el trato único y diferente que cada cliente recibe por parte del vendedor en cuestión, no todas las personas tienen los mismos gustos y preferencias ni el poder adquisitivo, por ende, los empleados tratan con cada uno de los potenciales clientes de forma diferente no igual, dándoles la importancia que se merecen. La información es lo primordial como lo menciona Da Silva, los vendedores deben estar actualizados hasta la más mínima información que tengan sobre los productos que están mostrando ante los compradores, un solo dato puede despertar o matar la intención de compra de las personas, el ser humano es cambiante, cambiando de idea o gusto en cualquier momento.

Lo que necesita el vendedor para ofrecer un buen servicio al cliente

A pesar de vivir en una era tecnológica, en la cual se puede comprar mediante un clic en la comodidad de tu casa, aún se dan las transacciones comerciales en persona, donde el comprador acude al establecimiento específicamente para adquirir algo que desea y espera ser tratado de buena manera, ya que, esta es la parte fundamental para que se dé una fidelización del consumidor hacia la empresa, y esta a su vez logre desarrollarse y crecer tanto en el ámbito comercial, como administrativo, económico y competitivo (Pérez & Titelman, 2018). De tal manera, que los vendedores deben de tener en cuenta los siguientes consejos:

- **Inmediatez:** Esta acción constituye un requisito fundamental para que se ejecute de buena manera el servicio al cliente, ya que le permite cumplir con el propósito de la satisfacción de sus necesidades, basado en la idea de que el tiempo es oro y por lo tanto, no se puede desperdiciar el tiempo de los usuarios, como tampoco hacer esperar de una manera prolongada a los consumidores, ya que un error como estos provocaría un acto perjudicial para las organizaciones a futuro.
- **Conocimiento:** Es la parte fundamental donde la empresa a través de sus empleados logra conocer todos los detalles sobre los productos y servicios que se comercializa y brinda a la ciudadanía de manera general. En el cual, el vendedor no puede dar respuestas o información a medias de un artículo, ya que, debe de tener presente todo lo relacionado a lo que los clientes desean adquirir, así como despejar cualquier duda que tengan estos usuarios, esto hará que ellos se sienten más cómodos y confiables en su presencia.
- **Tono adecuado.** Al ser un intercambio directo entre las dos partes, el tono adecuado empleado por el vendedor permitirá una mejor comunicación. Un tono de voz agradable, ni muy alto ni muy bajo, entonando adecuadamente las palabras y usando un léxico entendible para todo público en general, transmitirá claramente el mensaje al

receptor. El respeto, la cordialidad y la amabilidad no pueden faltar en una conversación.

- **Proactividad.** Ser proactivo, no esperar a que el cliente se acerque, el vendedor debe acercarse primero. Ofreciendo un cordial saludo y luego abordar sobre el artículo que podría estar buscando el comprador sin que él mismo lo conozca. El vendedor es cuestión de ser muy perceptivo y observador, ofreciendo su ayuda sin que la pidan, esa es la diferencia entre un buen servicio al cliente y simplemente vender un producto. A través de esta proactividad quizás puedan surgir lazos a largo plazo, obteniendo no solo un cliente potencial sino un cliente fiel.
- **Agradecimiento y disculpas:** Es el acto por el cual la empresa o vendedor brinda una acción de agradecimiento por realizar compra de manera o habitual o a su vez pedir disculpas cuando se arrepienten de algún error que se suscitó durante el proceso de compra que ejecutaba el consumidor, ya que, al decir gracias y pedir disculpas cuando el momento lo amerita dará a los clientes un cierto nivel de confianza y autoestima al ver que otros reconocen que su tiempo o interés es relevante.
- **Pedir retroalimentación:** Consiste cuando los usuarios o comprador comparten las experiencias adquiridas al momento de la compra realizada a la empresa basada en la información, puntos de vista, aportaciones o problemas que pudieron ser partícipes en la compra del bien o servicio recibido. De tal manera, que los clientes al conocer que sus opiniones o comentarios son importantes, les darán seguridad al comprender que serán tomados en cuenta por parte de la empresa, que debido a su opinión algo cambió e incluso mejoró.
- **Cumplir promesas:** Este tipo de acto se presenta cuando el comprador recibe de manera real lo que ha comprado. Ya que el vendedor al brindar atención adecuadas y amables, pero no logra cumplir con lo que se ofrece al cliente este no volvería por

segunda o tercera ocasión a comprar algún otro producto. De tal modo, que en este punto se comprobará la confianza que el vendedor le prometió al usuario. Es un compromiso que no puede ser ignorado o rechazado, ya que esto afectaría la credibilidad del negocio.

Las personas sin importar su estatus social o económico, les gusta que las hagan sentir importantes, como también ser alabadas por otros, y el vendedor mediante este método de adulación puede forjar lazos con los clientes conllevando hasta que exista una fidelización positiva hacia la organización, cabe mencionar que no todos son así, existen diferentes tipos de consumidores, y es en estas etapas o acontecimientos donde el colaborador que representa a la compañía debe de estar preparado para manejar adecuadamente esas situaciones.

Errores comunes que se presentan en el servicio de la atención al cliente

En las empresas y en el mercado comercial globalizado un buen servicio de atención al cliente es clave y fundamental para su estabilidad y crecimiento, ya que, es la identificación de principios y respetos que tiene un negocio, sin embargo, a pesar de conocer la importancia de esta área, es muy poco controlado como a su vez se realizan inadecuadas gestiones, ya sean grandes, medianas o pequeñas empresas (Robine, 2021). De tal manera, que en el mayor de los casos incurren en alguno de los errores comunes que se enlistan a continuación.

- **Personal poco capacitado:** Este tipo de eventos se dan cuando el talento humano no ha sido participe de una adecuada socialización de cada una de las actividades y funciones que se ejecutan en la empresa, como también pasa con la deficiencia en el desempeño laboral. Por lo cual, no importa la cantidad de empleados que una entidad tenga laborando en el área de atención al cliente, lo que realmente es fundamental y clave es la calidad de servicio que estas personas ofrecen, por lo cual, mantener capacitado al personal sería un gran beneficio para la compañía, sin embargo, este costo a menudo es considerado un gasto cuando no debería de tomarse de esa forma.

- **Tratar de tener la razón.** Puede resultar un tanto cansado repetir la misma información y aún así el cliente no entiende la situación y cree tener la razón cuando en realidad el vendedor es quien la tiene, pero no es recomendable declarar abruptamente ante un cliente el hecho de tener la razón y el no tenerla, esto hará que el cliente se sienta humillado y jamás desee volver a la empresa, perdiendo así un cliente fiel, la forma de decir una noticia o información pudo hacer echo la diferencia.
- **Ser inaccesible:** Este tipo de acciones se presenta al cliente a través de una dificultad o se lo imposibilita en adquirir algún bien o servicio con el que desea satisfacer su necesidad, como también se da al obstruir alguna información o detalle relacionado a lo que está comprando. Por lo tanto, cuando una persona, organización o empresa deseaba abrirse paso en el mercado laboral, ser inaccesible para clientes externos no es recomendable, esto perjudica su negocio.
- **Políticas inflexibles:** Este tipo de ordenamiento se basa en estandarizar y en la rigurosidad de los procedimientos que se deben de dar al interior de la empresa y aún más relacionada con la ejecución de las funciones en el área de ventas, de compra, financiero y de talento humano. Por lo cual, se identifica que existen ocasiones en que las mismas políticas de una empresa son un obstáculo para la solución de algún problema que tenga un cliente, prácticamente se contradicen generando desconfianza en su clientela.
- **Promesas incumplidas.** El Servicio de atención técnica que se contacta a través del servicio de atención al cliente online de las empresas es otro punto en contra que tiene este servicio, debido a la gran cantidad de clientela que tienen, el trabajo poco a poco se les acumula causando retraso en los servicios, además de decir falsas promesas, queriendo apaciguar al cliente de esa manera, cuando es todo lo contrario.

- **Pasear al cliente:** Este tipo de errores son resultados del nivel bajo de optimización de los recursos que podría utilizar el vendedor para satisfacer la necesidad del cliente y que resulte en una compra efectiva. Ya que, en la actualidad es un clásico muy común, llamar a servicio de atención al cliente de x empresa, hablar con la asistente virtual, esperando 30 minutos y luego hablar con dos o tres personas más y al final del día no recibir ninguna solución al problema por el cual se llama.
- **Olvidar lo básico:** Los errores como estos no deberían de pasar, ya que inicia con un saludo y termina con un agradecimiento, sea o no el caso de que compre el cliente algún producto o servicio, porque de este trato depende la estabilidad y fidelización de los usuarios hacia la empresa. De tal manera, que la cortesía y el respeto son principios básicos y morales que no deberían perderse. Un “Buenos Días”, “Lo siento mucho” “Por favor”, “Gracias” o “Lamentamos el inconveniente” son frases triviales y necesarias que no cuestan ni requieren ningún esfuerzo.

MARCO METODOLÓGICO

La investigación tiene un enfoque mixto, siendo esta la combinación de las modalidades paradigmáticas, cualitativa y cuantitativa, por ende, para el desarrollo del informe se aplicó la modalidad cualitativa, debido a que, la calidad del servicio en la atención al cliente es un tema que contiene mucha información, se tomó en consideración diversas fuentes de información para la comprensión del tema. Mientras que la modalidad cuantitativa sirvió para enfocarnos en la aplicación de técnicas y herramientas que se enfocan en la medición objetiva y numérica de datos relacionados al objeto de estudio, la investigación cuantitativa consiste en la recopilación y análisis de los datos obtenidos.

Tipos de Investigación

Bibliográfica

Durante el desarrollo del marco conceptual se procedió a investigar de diferentes tipos de fuentes de información con el fin de ampliar el tema en cuestión del presente informe, la información citada de cada uno de los autores permitió una mayor comprensión. Mientras más fuentes bibliográficas se añaden en referencias significa que se ha realizado una investigación exhaustiva.

Descriptiva

El tema se basó en la calidad del servicio en la atención al cliente, por lo cual, se investigó y cito cada una de las terminologías principales que se vinculan al tema, como servicio, cliente, calidad al servicio entre otros subtítulos, en conclusión, se puede decir que ha permitido medir las características que un vendedor debe tener al brindar un servicio al cliente, hecho que se investigó y se plasmó; y, se comprobó en el lugar en el cual se enfocó el caso de estudio.

Explicativa

El origen del desarrollo del presente informe se dio por la problemática planteada al inicio, y para poder conocer como la importadora JORUA llego a esa situación es importante determinar las causas que lo originaron y las consecuencias que se darán si sigue así, mediante la aplicación de técnicas que más adelante se explicarán, ha sido posible conocer estas causas y consecuencias.

Métodos de investigación

Inductivo - Deductivo

La problemática del presente informe se debe al tipo de calidad del servicio en la atención al cliente, general - deductivo, esto nos lleva a investigar que causas particulares, particular - inductivo, ha ocasionado que tal situación se dé, y mediante este tipo de información se pudo llegar a una conclusión general

Método Sintético

Este tipo de método de investigación se vio reflejado al finalizar el informe, una vez que se realizaron las debidas investigaciones y obtenido los resultados de las técnicas aplicadas se procedió a realizar el respectivo análisis y posteriormente la debida síntesis que consistió en resumir los aspectos relevantes del estudio, en este caso nos referimos a las conclusiones que se redactan al finalizar.

Técnicas de la investigación

Las técnicas que se aplicaron en el presente caso de estudio fueron: la entrevista dirigida al gerente de la importadora, la encuesta fue realizada a la clientela de la misma y la observación se aplicó al personal encargado de atender al cliente.

La entrevista fue semiestructurada, las primeras preguntas (1-4) se establecieron antes de la reunión con el gerente de la importadora mientras que las demás se fueron dando en el transcurso de la entrevista. La encuesta está compuesta por 5 preguntas básicas que buscan

conocer la opinión de la clientela en cuanto a la calidad del servicio que reciben al interactuar con los empleados en el momento de la compra, entre otras preguntas. La ficha observación aplicada al personal de la importadora JORUA encargada de la venta y atención al público en general busca determinar las causas que han provocado que el servicio se haya deteriorado mediante el proceso de observación durante la atención.

Herramientas

Las herramientas utilizadas para la recolección de datos fueron un listado de preguntas preparado para la entrevista y un cuestionario que se aplicó en la encuesta, también se usó la ficha de observación.

Población

Tabla 1 Población

Cargo	Cantidad
Gerente	1
Secretaria	1
Colaboradores/Vendedores	4
Clientes	30
Total	36

Fuente: Importadora JORUA

Elaborado por: Autora

Muestra

No se aplicó la fórmula de la muestra porque la población fue de treinta personas.

RESULTADOS

Entrevista al gerente de la Importadora JORUA

1.- ¿Cómo ha sido el volumen de ventas desde que inicio al nuevo año?

Las ventas han sido buenas, no excelentes ni malas, existe un equilibrio en ello, aunque en las últimas semanas las ventas han decaído, al principio creí que debido a la economía podría ser el caso, pero la afluencia de clientes en otros locales similares no ha decaído. Eso me da a pensar en muchas causas.

2.- ¿Usted ha considerado expandir su negocio a otra ciudad?

Si, lo he pensado. Sin embargo, aún no tengo establecida las bases financieras necesarias para tal proyecto. La apertura de un nuevo local en otro entorno resulta muy complicada, al inicio no se verán las ganancias, dado que los costos invertidos han sido significativos. Por lo cual, lo primero que hay que hacer es presupuestar todo, obtener capital y socios en los cuales puedas apoyarte o solicitar crédito en alguna institución financiera.

3.- ¿Usted considera que el servicio en la atención al cliente es importante?

Por supuesto, una buena atención al cliente fomenta que vuelvan a comprar al mismo lugar por cómo fueron atendidos. Siendo una importadora dedicada a la venta de medicamentos, es fundamental para nosotros que los clientes regresen a comprar nuevamente, aumentando nuestras ventas.

4.- ¿El personal a cargo de las ventas ha sido contratado hace poco tiempo o ya han tenido experiencia en el cargo?

El personal contratado no tiene previa experiencia en el trabajo, pero no todos la tienen en la actualidad, por ello se les ha dado la oportunidad laboral. Puede que sea arriesgado contratar personal sin experiencia, pero no solo se necesita ello, creo personalmente que se le debe de dar oportunidad laboral a personas que muestren que realmente quieren trabajar, no todos son así siempre existirán excepciones.

5.- ¿Considera que la disminución de las ventas tenga relación con la atención ofrecida?

Al principio no estaba seguro de que ambas situaciones estuvieran relacionadas, pero con los días pasando me he percatado del tipo de actitud que los empleados suelen atender a los clientes.

6.- ¿Qué tipo de actitud ha notado en los empleados?

La falta de atención que le prestan a los clientes cuando estos se acercan, en lugar de estar predispuestas he notado el uso constante de los celulares. Debo mencionar que no está prohibido su uso, pero su exceso no es lo correcto. En otra ocasión, pude observar que no saludan y despiden a los clientes de manera cordial, con ello pude comprender por qué han disminuido las ventas.

7.- ¿Usted como jefe superior de los vendedores, les ha llamado la atención por su comportamiento?

Si lo he hecho, les he mencionado cómo deben comportarse en la atención al cliente y en cómo esto puede afectar a la imagen de la empresa.

8.- ¿Considera que sus consejos han resuelto los inconvenientes?

Sinceramente no lo creo, las ventas siguen iguales, aunque no he visto esas situaciones que vi con anterioridad, no puedo garantizar la solución al problema.

9.- ¿Tomará medidas más fuertes en la situación?

Si, definitivamente lo tendré que hacer, no puedo dejar que la situación continúe. Si no se toman las medidas adecuadas, todos nos veremos afectados por la situación. Si no hay clientes, no hay ingresos ni ventas, como no hay efectivo no se podrán cubrir los gastos que acarrea la sustentación de un negocio y por consiguiente el despido de empleados será inevitable.

Todo está conectado, y si una de las funciones a realizar dentro de una organización no se realizará como debería, las demás no podrán desenvolverse eficientemente.

10.- ¿Qué tipo de medidas tomará?

Antes de tomar medidas drásticas como el despido inmediato del personal, considero prudente reunir a todo el personal en una reunión oficial y exponer los hechos, además de imponer políticas a seguir con el fin de poder radicar tal comportamiento de poco interés que muestran a los clientes.

He considerado que la falta de responsabilidad recae en la administración ante la falta de reglas o políticas internas, permitiendo libertades y exceso de confianza por parte de los empleados.

Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente

1. ¿Cómo califica la calidad en el servicio en la atención al cliente brindado por la

Importadora JORUA?

Tabla 2 Calidad en el Servicio

Opción	R//.
Excelente	0
Muy Buena	0
Buena	4
Mala	19
Muy Mala	7
Total	30

Figura SEQ Figura_ |* ARABIC 1 Calidad en el servicio



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente

Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

Análisis: Con base en la gráfica mostrada, se conoce que la atención a la cliente brindada por la importadora Jorua, el 64% de los clientes dijeron que es mala, el 23% muy mala, solo una minoría del 13% contestó que la atención era buena. Si se suman los dos porcentajes mayores, el 87% de los clientes encuestados no están satisfechos con la atención al cliente.

2. ¿Cómo califica la calidad de la infraestructura de la Importadora Jorua?

Tabla 3 Calidad en la Infraestructura

Opción	R//.
Excelente	0
Muy Buena	0
Buena	22
Mala	8
Muy Mala	0
Total	30

Figura SEQ Figura_ |* ARABIC 2 Calidad en la Infraestructura



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente

Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

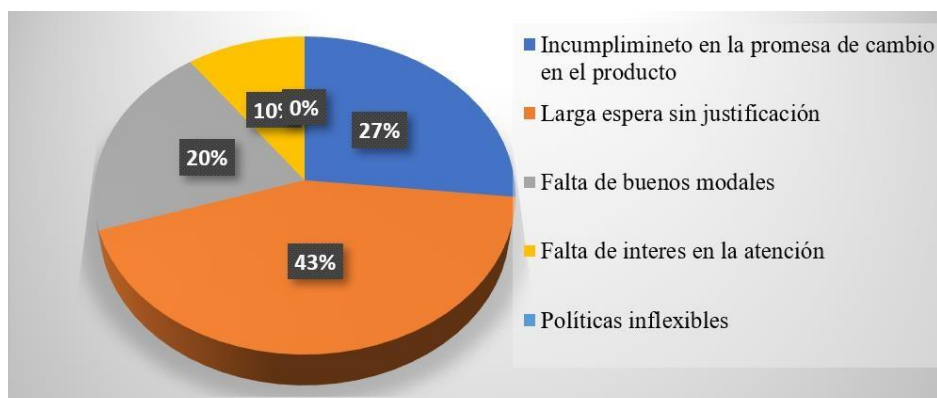
Análisis: La infraestructura de una empresa o local comercial es la carta de presentación que se muestra a los clientes, del total de encuestados el 73% la ha considerado buena mientras que el 27% respondió que es mala. Ninguno de los clientes dio una calificación de muy buena o excelente dando a entender que su apariencia solo es buena mas no excelente.

3. ¿Cuál de las siguientes situaciones incómodas ha tenido que pasar durante su compra en la Importadora Jorua?

Tabla 4 Situación Incómoda

Opción	R//.
Incumplimiento en la promesa de cambio en el producto	8
Larga espera sin justificación	13
Falta de buenos modales	6
Falta de interés en la atención	3
Políticas inflexibles	0
Total	30

Figura SEQ Figura_ | ARABIC 3 Situación*



*Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente
Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta*

Análisis: En el desarrollo del informe se dieron a conocer los errores más comunes que las empresas incurren, y la mediante la encuesta realizada a los clientes de la Importadora Jorua se ha dado a conocer que muchos clientes pasan por diferentes tipos de situaciones como las planteadas en la pregunta 3 del cuestionario, el 43% de los clientes encuestados ha dicho que

los hacen esperar sin justificación alguna, el 27% mencionó el incumplimiento en la promesa de cambio por algún producto, el 20% respondió la falta de buenos modales y el 10% la falta de interés en la atención.

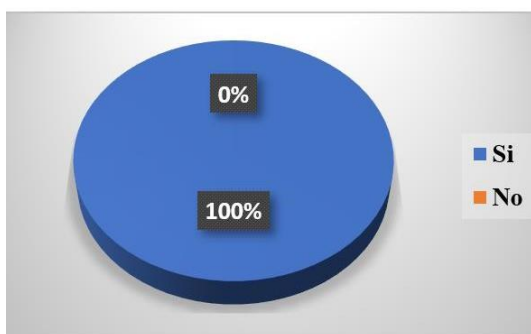
Cada una de las situaciones mencionadas causan malestar, incomodidad y enojo en los clientes, si bien es cierto que puede haber varios clientes y la espera en la cola es inevitable, cuando esta espera es injustificada por parte del vendedor el cliente en cuestión está en todo su derecho a reclamar por ello, también existen casos en los cuales la compra de un producto por parte del cliente ha sido el incorrecto y desea cambiarlo, sin embargo, la promesa de poder cambiar el producto no es cumplida por el local, además la falta de modales e interés que dados por la importadora puede ocasionar muchos problemas en su reputación. La publicidad boca a boca puede ser buena como mala, dependiendo de la persona y el trato que esta recibió.

4. ¿Está usted de acuerdo en que la Importadora Jorua implemente las medidas necesarias para mejorar su atención al cliente?

Tabla 5 Medidas Necesarias

Opción	R//.
Si	30
No	0
Total	30

Figura SEQ Figura_ * ARABIC 4 Medidas



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente
Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

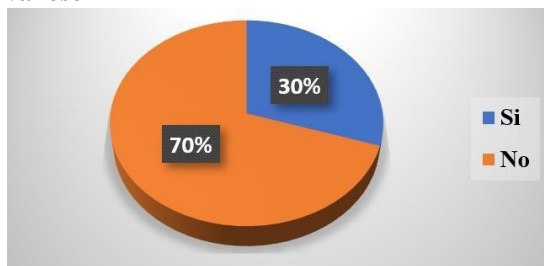
Análisis: El 100% de los clientes encuestados están de acuerdo en que la importadora Jorua implemente las medidas necesarias para mejorar su atención al cliente.

5. ¿Alguna vez lo han hecho sentir un cliente valioso?

Tabla 6 Sentirse cliente valioso

Opción	R//.
Si	9
No	21
Total	30

Figura SEQ Figura_ * ARABIC 5 Sentirse cliente valioso



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente

Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

Análisis: El cliente es uno de los recursos más valiosos que una empresa puede tener y el cuidado del mismo dependerá de la entidad. Como mencionó García (2016) en su artículo de revista titulado “Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente”, la heterogeneidad, satisfacción y valor agregado son algunas de las principales características de un buen servicio al cliente que los vendedores deben dar; pero, de acuerdo al resultado obtenido mediante la encuesta realizada, el 70% de los clientes encuestados no se han sentido importantes debido al trato recibido, solo el 30% han indicado lo contrario. Esto da a entender la falta de atención al cliente que el personal de la empresa ha dado.

Ficha de Observación aplicada a los vendedores de la Importadora JORUA

Objetivo	Determinar las causas que han provocado que el servicio en la atención al cliente se haya deteriorado en la Importadora Jorua.
-----------------	--

Investigador	
---------------------	--

Objetivo Observado	Vendedores de la Importadora JORUA
---------------------------	------------------------------------

Ítems	Frecuente	A veces	Nunca
Los vendedores saludan a los clientes cuando llegan	X		
Los vendedores prestan atención inmediata a los clientes		X	
Los clientes esperen por largo tiempo sin motivo por parte del vendedor		X	
Los vendedores mantienen un trato indiferente con los clientes		X	
Los vendedores ofrecen opciones de compra en productos sustitutos cuando no hay el que quieren los clientes.	X		
Los vendedores continuamente usan sus celulares cuando atienden a los clientes.	X		
Los vendedores tienen algún tipo de guía ofrecida por la empresa para mejorar la atención al cliente.			x
Los vendedores dan a conocer a los clientes las ofertas promocionales de los productos		X	
Los vendedores se despiden de los clientes de una manera adecuada al finalizar la venta.		X	

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como muestran los resultados obtenidos mediante la entrevista, encuesta y observación realizada al gerente, clientes y vendedores respectivamente de la importadora JORUA, se pudo deducir la falta del servicio de atención al cliente que brindan los empleados a la clientela.

Mediante la entrevista realizada al gerente de la importadora se conoció que las ventas han decaído a causa de inadecuado servicio en la atención al cliente que los vendedores han dado. El gerente durante la entrevista dio a entender que en parte la responsabilidad recae en la misma administración del negocio, por no imponer desde el principio un control interno en el personal, además de establecer las maneras adecuadas que deben atender a los clientes.

Con base en los resultados de las encuestas aplicadas, de acuerdo con la pregunta uno de la encuesta dirigida a los clientes acerca de la calidad del servicio, el 64% de los clientes dijeron que es mala, el 23% muy mala, solo una minoría del 13% contestó que la atención era buena. Si se suman los dos porcentajes mayores, el 87% de los clientes encuestados no están satisfechos con la atención al cliente.

Se comprobó que algunos de los errores comunes mencionados durante el desarrollo del informe, han sido cometidos por el personal de la importadora JORUA a través de la tercera pregunta de la encuesta, el resultado obtenido muestra que el 43% de los clientes encuestados ha dicho que los hacen esperar sin justificación alguna, el 27% mencionó el incumplimiento en la promesa de cambio por algún producto, el 20% respondió la falta de buenos modales y el 10% la falta de interés en la atención.

Con la ficha de observación se pudo conocer un poco más sobre el comportamiento de los vendedores, de los 9 ítems que se establecieron, la mayoría demuestra la baja calidad en la atención al cliente que dan los empleados.

Tabla 7 Observación a los vendedores

Ítems	Frecuente	A veces	Nunca
Los vendedores saludan a los clientes cuando llegan	x		
Los vendedores prestan atención inmediata a los clientes		x	
Los clientes esperen por largo tiempo sin motivo por parte del vendedor		x	
Los vendedores mantienen un trato indiferente con los clientes		x	
Los vendedores ofrecen opciones de compra en productos sustitutos cuando no hay el que quieren los clientes.	x		
Los vendedores continuamente usan sus celulares cuando atienden a los clientes.	x		
Los vendedores tienen algún tipo de guía ofrecida por la empresa para mejorar la atención al cliente.			X
Los vendedores dan a conocer a los clientes las ofertas promocionales de los productos		x	
Los vendedores se despiden de los clientes de una manera adecuada al finalizar la venta.		x	

Fuente: Ficha de Observación a los vendedores

Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

El saludo que se brinda de bienvenida y despedida a las personas es una acción básica que las personas deberían de realizar, sin embargo, los vendedores solo lo realizan al inicio de la transacción, al finalizar la venta no desean un feliz día, gracias por su compra o vuelva pronto, puede sonar un poco exagerado, pero no lo es. El cliente no se sentirá satisfecho ni querrá volver por ese comportamiento.

El uso continuo del celular puede afectar el rendimiento de las personas en el trabajo y esta situación se ha visto en la importadora JORUA, los vendedores pasan la mayor parte de su tiempo en sus dispositivos y desatienden a los clientes mediante su indiferencia durante toda la transacción.

El deber de los vendedores también es el ofertar los productos a la venta que tengas promociones especiales para su venta, pero no siempre lo hacen, esta acción tiene que darse a cada cliente que se acerque, puede que los compren como puede que no lo hagan, independientemente de su accionar, el deber del vendedor es informar.

CONCLUSIONES

El servicio en la atención al cliente es muy importante para las empresas y las personas en general, ya que ambas partes se benefician de la transacción, sin embargo, cuando este tipo de trato brindado por parte de los vendedores no es el adecuado, los clientes no se sentirán completamente satisfechos y buscarán nuevos lugares que los atiendan mejor.

El objetivo general propuesto en el presente informe fue analizar la calidad del servicio en la atención al cliente que brindan los trabajadores del área de venta de la Importadora JORUA en la ciudad de Babahoyo y se puede afirmar que dicho objetivo se ha cumplido durante el desarrollo de la investigación.

Mediante la aplicación de la entrevista se determinó la carencia en la calidad del servicio en la atención al cliente y debido a las respuestas del gerente de la importadoras se conoció que las ventas han disminuido, con la encuesta se comprobó a través de los mismos clientes lo anterior, más de la mitad de las clientes mencionan que la atención es mala y solo una minoría del 13% que era buena, además de las situaciones poco cordiales por la que han pasado, el 43% de los clientes han esperado sin justificación alguna, el 27% incumplieron la promesa de cambio por algún producto, el 20% falta de buenos modales y el 10% la falta de interés.

La aplicación de la ficha de observación, fue una técnica útil que se basó en la observación de la situación sin excluir ninguna información. La falta de modales básicos, el continuo uso del celular, el trato indiferente hacia los clientes son algunos de las características que se han visto en la forma del servicio en la atención al cliente por parte de los vendedores de la Importadora Jorua.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Importadora JORUA implementar estrategias que sean de ayuda en la calidad del servicio al cliente, en primera instancia debería de aplicar una evaluación de desempeño interno a sus empleados para determinar sus carencias en la realización de sus funciones. La capacitación a sus empleados es otra forma de obtener buenos resultados, el dinero dirigido a este tipo de programa no debe verse como un gasto sino como una inversión, mientras los empleados estén mejor preparados mejor serán los beneficios a obtener en su rendimiento.

Es muy probable que la importadora Jorua tenga una publicidad negativa debido a estos inconvenientes Se sugiere aplicar estrategias de marketing que ayuden a mejorar la imagen que la ciudadanía tenga. Una estrategia básica para ello serían las ofertas promocionales de 2x1 a personas de tercera edad limitando a una vez a la semana durante 3 meses, puede ser un poco riesgoso, pero sumándole a la buena atención recibida se verán cambios notables.

La administración es la responsable de la contratación y control interno de una entidad, así que la misma debería tomar en cuenta los errores pasados cometidos y buscar soluciones factibles que ayuden en la resolución de los inconvenientes actuales. Nunca nada es perfecto o está bien elaborado, cuando surgen problemas o vendrán en el futuro, lo importante es afrontar y superarla sin sucumbir a la desesperación.

REFERENCIAS

- Aguilar, J. (2010). *Servicio al cliente*. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Barraza, C. (2018). *Manual para la Presentación de Referencias Bibliográficas de Documentos Impresos y Electrónicos*. Universidad Tecnológica Metropolitana : Utemvirtual.
- Blanco, A. (2001). *Atención al Cliente*. México: Pirámide.
- Cardozo, L. (01 de marzo de 2021). *Calidad del servicio* . Obtenido de zenvia.com:
<https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/#:~:text=Es%20un%20conjunto%20de%20estrategias,salir%20con%20una%20buena%20impresi%C3%B3n>.
- Coll, F. (01 de abril de 2021). *Método Sintético*. Obtenido de economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/metodo-sintetico.html>
- Da Silva, D. (01 de junio de 2020). *¿Qué es atención al cliente?* Obtenido de zendesk:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Echeverry, P. (2016). *El marketing y la importancia del servicio al cliente en las empresas*. Valle del cauca: Fundación universitaria católica - Lumen Gentium.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos, vol. 18, núm. 3*, 381-398.
- López, J. (01 de noviembre de 2020). *Tipos de investigación*. Obtenido de economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-investigacion.html>
- Miranda, M., Chiriboga, P., Romero, M., & Tapia, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. *Dominio de las ciencias. Vol 7, núm. 4* , 1430-1446.
- Najul, J. (2017). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana, vol. 4, núm. 8*, 23 - 35.

- Neil, D., & Cortez, L. (2017). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Machala: Ediciones UTMACH.
- Núñez, C. (2016). El marketing de servicios en la educación superior: “Nuestros alumnos, nuestros clientes”. *Horizonte Empresarial*. Núm. 13, 81-86.
- Robine, C. (02 de febrero de 2021). *Los 10 errores mas frecuentes en la atención al cliente*. Obtenido de adminisfinanzas: <http://adminisfinanzas.blogspot.com/p/los-10-errores-mas-frecuentes.html>
- Rodríguez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 82, , 01- 26.
- Rodriguez, J. (29 de noviembre de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Cliente: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente#:~:text=Un%20cliente%20es%20quien%20adquiere,un%20cliente%20de%20%C3%BAnica%20vez.>
- Sánchez, J. (03 de febrero de 2016). *Servicio*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Vargas, G. (2016). El servicio al cliente: ¡Más que un deber, un querer! *TEC Empresarial Vol.1 Ed.1*, 17-19.

ANEXOS

Anexo 1 - Oficio a Decanato

Babahoyo, 28 de marzo del 2023

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E
INFORMÁTICA**

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **RONQUILLO MURRIETA ROXANA MARIELA**, con cédula de identidad **1204222028**, estudiante de la carrera de **COMERCIO REDISEÑADA**, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo **NOVIEMBRE 2022 – ABRIL 2023**, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda a elaborar un oficio dirigido al **INGENIERO, RONQUILLO MURRIETA FERNANDO EDUARDO – REPRESENTANTE LEGAL** de la empresa **IMPORTADORA JORUA S.A.**, requiriendo el permiso respectivo para realizar mi Estudio de Caso denominado: **CALIDAD DEL SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA IMPORTADORA JORUA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERIODO 2022**, el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecida.

Atentamente



Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

120422202-8



Anexo 2 - Oficio a la Empresa

Babahoyo, 28 de marzo del 2023

Sr(a)

Fernando Eduardo Ronquillo Murrieta

Representante Legal de la Importadora Jorua S.A.

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **RONQUILLO MURRIETA ROXANA MARIELA**, con cédula de identidad **1204222028**, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de **COMERCIO REDISEÑADA**, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo noviembre 2022 - abril 2023, 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 EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA IMPORTADORA JORUA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERIODO 2022**, el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

Muy atentamente



Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

120422202-8

Anexo 3 - Certificado Empresa Autorización

RUC: 0992173491001

Babahoyo, 27 de marzo del 2023

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos **IMPORTADORA JORUA CÍA. LTDA.** del cantón Babahoyo,

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante Roxana Mariella Ronquillo Murrieta 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: CALIDAD DEL SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA IMPORTADORA JORUA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERIODO 2022, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente,



Ing. Fernando Román Murrieta
Representante Legal
Importadora Jorua Cía. Ltda.
C.I: 1204479883
importadorajorua@gmail.com,
Teléfono: 05 2025-319


Matriz Guayaquil: Alejo Lascano 301 y Riobamba

Sucursal Babahoyo: Ciudadela "Las Tolas" S/N diagonal al Motel "La Suite"

09 96 54 8536
 05 20 25 319

importadorajorua@gmail.com

Anexo 4 – Certificado de Antiplagio




CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

ROXANA MARIELA RONQUILLO MURRIETA

< 1%

Similitudes




< 1% Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas


< 1% Idioma no reconocido

<p>Nombre del documento: ROXANA MARIELA RONQUILLO MURRIETA.docx</p> <p>ID del documento: ecfdbae3a148571d9a0658970139d3943a0ec19</p> <p>Tamaño del documento original: 85,15 ko</p> <p>Autor: ROXANA MARIELLA RONQUILLO MURRIETA</p>	<p>Depositante: ROXANA MARIELLA RONQUILLO MURRIETA</p> <p>Fecha de depósito: 30/3/2023</p> <p>Tipo de carga: url_submission</p> <p>fecha de fin de análisis: 30/3/2023</p>	<p>Número de palabras: 8199</p> <p>Número de caracteres: 50.017</p>
--	--	---


Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 www.semanticscholar.org Gestión administrativa y calidad de los servicios en la M...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (44 palabras)

Fuente con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.unjfsc.edu.pe La Intangibilidad del Marketing de Servicios en los Padre...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Anexo 5 -Entrevista al gerente de la Importadora Jorua

1. ¿Cómo ha sido el volumen de ventas desde que inicio al nuevo año?

Las ventas han sido buenas, no excelentes ni malas, existe un equilibrio en ello, aunque en las últimas semanas las ventas han decaído, al principio creí que debido a la economía podría ser el caso, pero la afluencia de clientes en otros locales similares no ha decaído. Eso me da a pensar en muchas causas.

2. ¿Usted ha considerado expandir su negocio a otra ciudad?

Si, lo he pensado. Sin embargo, aún no tengo establecida las bases financieras necesarias para tal proyecto. La apertura de un nuevo local en otro entorno resulta muy complicada, al inicio no se verán las ganancias, dado que los costos invertidos han sido significativos. Por lo cual, lo primero que hay que hacer es presupuestar todo, obtener capital y socios en los cuales puedas apoyarte o solicitar crédito en alguna institución financiera.

3. ¿Usted considera que el servicio en la atención al cliente es importante?

Por supuesto, una buena atención al cliente fomenta que vuelvan a comprar al mismo lugar por cómo fueron atendidos. Siendo una importadora dedicada a la venta de medicamentos, es fundamental para nosotros que los clientes regresen a comprar nuevamente, aumentando nuestras ventas.

4. ¿El personal a cargo de las ventas ha sido contratado hace poco tiempo o ya han tenido experiencia en el cargo?

El personal contratado no tiene previa experiencia en el trabajo, pero no todos la tienen en la actualidad, por ello se les ha dado la oportunidad laboral. Puede que sea arriesgado contratar personal sin experiencia, pero no solo se necesita ello, creo personalmente que se le debe de dar oportunidad laboral a personas que muestren que realmente quieren trabajar, no todos son así siempre existirán excepciones.

5. ¿Considera que la disminución de las ventas tenga relación con la atención ofrecida?

Al principio no estaba seguro de que ambas situaciones estuvieran relacionadas, pero con los días pasando me he percatado del tipo de actitud que los empleados suelen atender a los clientes.

6. ¿Qué tipo de actitud ha notado en los empleados?

La falta de atención que le prestan a los clientes cuando estos se acercan, en lugar de estar predispuestas he notado el uso constante de los celulares. Debo mencionar que no está prohibido su uso, pero su exceso no es lo correcto. En otra ocasión, pude observar que no saludan y despiden a los clientes de manera cordial, con ello pude comprender por qué han disminuido las ventas.

7. ¿Usted como jefe superior de los vendedores, les ha llamado la atención por su comportamiento?

Si lo he hecho, les he mencionado cómo deben comportarse en la atención al cliente y en cómo esto puede afectar a la imagen de la empresa.

8. ¿Considera que sus consejos han resuelto los inconvenientes?

Sinceramente no lo creo, las ventas siguen iguales, aunque no he visto esas situaciones que vi con anterioridad, no puedo garantizar la solución al problema.

9. ¿Tomará medidas más fuertes en la situación?

Si, definitivamente lo tendré que hacer, no puedo dejar que la situación continúe. Si no se toman las medidas adecuadas, todos nos veremos afectados por la situación. Si no hay clientes, no hay ingresos ni ventas, como no hay efectivo no se podrán cubrir los gastos que acarrea la sustentación de un negocio y por consiguiente el despido de empleados será inevitable.

10.- ¿Qué tipo de medidas tomará?

Antes de tomar medidas drásticas como el despido inmediato del personal, considero prudente reunir a todo el personal en una reunión oficial y exponer los hechos, además de imponer políticas a seguir con el fin de poder radicar tal comportamiento de poco interés que muestran a los clientes.

Anexo 6 – Encuesta dirigida a los clientes de la Importadora Jorua

1. ¿Cómo califica la calidad en el servicio en la atención al cliente brindado por la Importadora JORUA?

Tabla 2 Calidad en el Servicio

Opción	R//.
Excelente	0
Muy Buena	0
Buena	4
Mala	19
Muy Mala	7
Total	30

Figura SEQ Figura_ * ARABIC 6 Calidad en el servicio



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente
Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

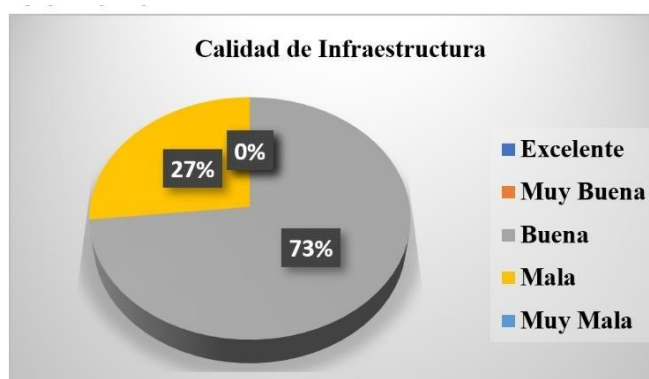
Análisis: Con base en la gráfica mostrada, se conoce que la atención al cliente brindado por la importadora Jorua, el 64% de los clientes dijeron que es mala, el 23% muy mala, solo una minoría del 13% contestó que la atención era buena. Si se suman los dos porcentajes mayores, el 87% de los clientes encuestados no están satisfechos con la atención al cliente.

2. ¿Cómo califica la calidad de la infraestructura de la Importadora Jorua?

Tabla 3 Calidad en la Infraestructura

Opción	R//.
Excelente	0
Muy Buena	0
Buena	22
Mala	8
Muy Mala	0
Total	30

Figura SEQ Figura_ * ARABIC 7 Calidad en la Infraestructura



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente
Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

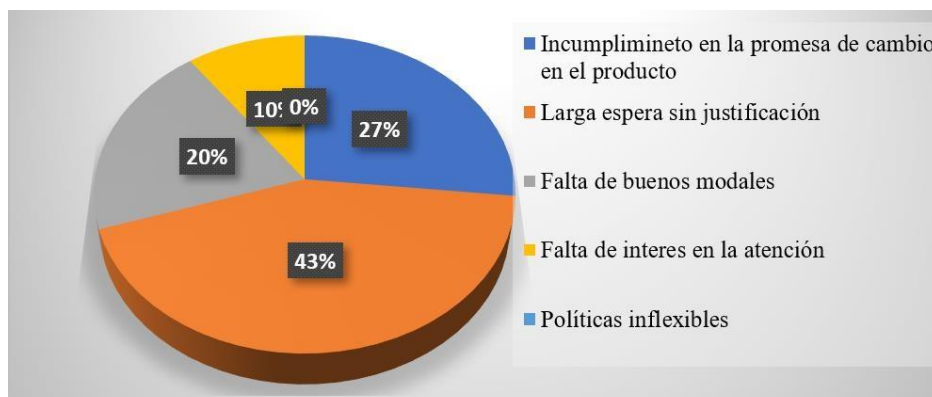
Análisis: La infraestructura de una empresa o local comercial es la carta de presentación que se muestra a los clientes, del total de encuestados el 73% la ha considerado buena mientras que el 27% respondió que es mala. Ninguno de los clientes dio una calificación de muy buena o excelente dando a entender que su apariencia solo es buena mas no excelente.

3. ¿Cuál de las siguientes situaciones incómodas ha tenido que pasar durante su compra en la Importadora Jorua?

Tabla 4 Situación Incómoda

Opción	R//.
Incumplimiento en la promesa de cambio en el producto	8
Larga espera sin justificación	13
Falta de buenos modales	6
Falta de interés en la atención	3
Políticas inflexibles	0
Total	30

Figura SEQ Figura_ |* ARABIC 8 Situación



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente

Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

Análisis: En el desarrollo del informe se dieron a conocer los errores más comunes que las empresas incurren, y la mediante la encuesta realizada a los clientes de la Importadora Jorua se ha dado a conocer que muchos clientes pasan por diferentes tipos de situaciones como las planteadas en la pregunta 3 del cuestionario, el 43% de los clientes encuestados ha dicho que los hacen esperar sin justificación alguna, el 27% mencionó el incumplimiento en la promesa

de cambio por algún producto, el 20% respondió la falta de buenos modales y el 10% la falta de interés en la atención.

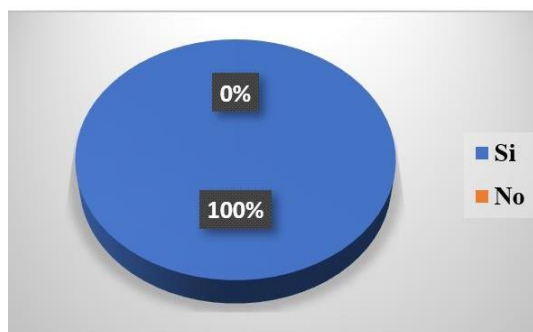
Cada una de las situaciones mencionadas causan malestar, incomodidad y enojo en los clientes, si bien es cierto que puede haber varios clientes y la espera en la cola es inevitable, cuando esta espera es injustificada por parte del vendedor el cliente en cuestión está en todo su derecho a reclamar por ello, también existen casos en los cuales la compra de un producto por parte del cliente ha sido el incorrecto y desea cambiarlo, sin embargo, la promesa de poder cambiar el producto no es cumplida por el local, además la falta de modales e interés que dados por la importadora puede ocasionar muchos problemas en su reputación. La publicidad boca a boca puede ser buena como mala, dependiendo de la persona y el trato que esta recibió.

4. ¿Está usted de acuerdo en que la Importadora Jorua implemente las medidas necesarias para mejorar su atención al cliente?

Tabla 5 Medidas Necesarias

Opción	R//.
Si	30
No	0
Total	30

Figura SEQ Figura_ * ARABIC 9 Medidas



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente

Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

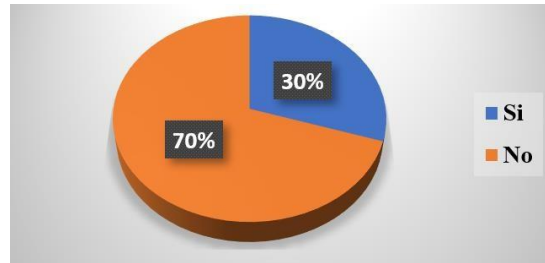
Análisis: El 100% de los clientes encuestados están de acuerdo en que la importadora Jorua implemente las medidas necesarias para mejorar su atención al cliente.

5. ¿Alguna vez lo han hecho sentir un cliente valioso?

Tabla 6 Sentirse cliente valioso

Opción	R//.
Si	9
No	21
Total	30

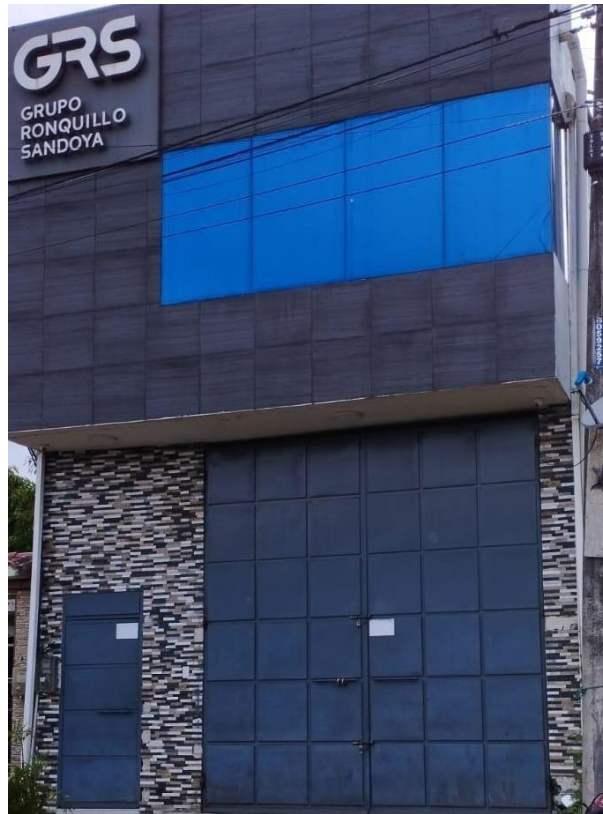
Figura SEQ Figura_ * ARABIC 10 Sentirse cliente valioso



Fuente: Encuesta a los clientes sobre la calidad en el servicio en la atención al cliente
Elaborado por: Roxana Mariela Ronquillo Murrieta

Análisis: El cliente es uno de los recursos más valiosos que una empresa puede tener y el cuidado del mismo dependerá de la entidad. Como mencionó García (2016) en su artículo de revista titulado “Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente”, la heterogeneidad, satisfacción y valor agregado son algunas de las principales características de un buen servicio al cliente que los vendedores deben dar; pero, de acuerdo al resultado obtenido mediante la encuesta realizada, el 70% de los clientes encuestados no se han sentido importantes debido al trato recibido, solo el 30% han indicado lo contrario. Esto da a entender la falta de atención al cliente que el personal de la empresa ha dado.

Anexo 7 – Fotos de la Importadora Jorua



La Importadora Jorua pertenece al Grupo Ronquillo Sandoya



Instalaciones internas de la Importadora Jorua



Instalaciones de bodega de la Importadora Jorua

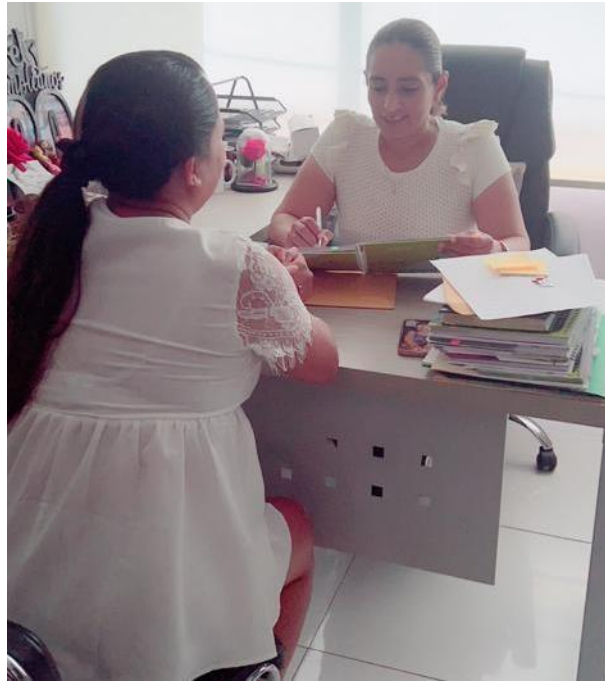
Anexo 8 – Fotos de Entrevista y Encuesta



Entrevista al gerente de la Importadora Jorua



Ficha de Observación a los empleados



Encuesta a clientes de la Importadora Jorua



Encuesta a clientes de la Importadora Jorua