



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

PROCESO DE TITULACIÓN

PERIODO DICIEMBRE 2022 - MAYO 2023

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

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

TEMA:

**FALENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA KTM SPORT DE
LA CIUDAD DE VINCES EN EL PERIODO 2022**

EGRESADA:

PALACIOS GAVILANES AMY SULLY

TUTOR:

ING. RONNY ONOFRE ZAPATA

AÑO:

2023

INTRODUCCIÓN

En el presente caso de estudio tuvo lugar en la empresa “KtmSport”, con sede en Avenida Aquiles Carriel y Bolívar en la provincia de Los Ríos, inició sus actividades comerciales a principios de 2013 con una estructura de Mini empresa. Desde entonces, han pasado 10 años y la empresa ha seguido trabajando duro para ofrecer a sus clientes servicios de la mejor calidad.

El presente trabajo de investigación tiene como Objetivo comprender cuáles son los principales puntos que afectan la calidad de servicio al cliente en “KtmSport”, en el cantón de Vinces, para describir en detalle algunos de los problemas que tiene esta empresa para poder brindar un buen servicio y analizar las falencias de la Atención al Cliente.

El estudio de caso denominado “Falencias del servicio al cliente en la empresa KtmSport del cantón Vinces en el periodo 2022”, está relacionado con la sublínea de investigación Emprendimiento e Innovación Sistemas de Información y Comunicación Desarrollo Local y Emprendimiento Sustentable ya que al ser una empresa privada la calidad del servicio es de suma importancia dentro de la organización por lo que procesos adecuados, ayuda a mantener una buena atención y fidelización en los clientes.

Los resultados obtenidos en este caso de estudio, demostraron que la calidad de servicio al cliente en KtmSport, no cuenta con un personal especializado en servicio al cliente, que se encargue de atender los pedidos de manera eficiente y que ayude a resolver todas las dudas y problemas que presentan los usuarios a la hora de adquirir un repuesto en la empresa. Además, se detectó que la empresa no implementa una estrategia adecuada de marketing para mejorar la calidad del servicio al cliente, lo cual

incluye el uso de herramientas de marketing de contenidos, publicidad en línea y redes sociales

DESARROLLO

La empresa KtmSport de la ciudad de Vinces se constituyó en junio de 2013 como una pequeña empresa cuyo propietario es el ingeniero Nelson Marmolejo, cuyo objeto social es la distribución y venta de repuestos y accesorios, ubicada en la provincia de Los Ríos sobre la Av. Aquiles Carriel y Bolívar, la misión de KtmSport es brindar a los clientes accesorios y respuestas de la mejor calidad para motocicletas y bicicletas, y hacer que la empresa crezca y sea reconocida por un buen servicio y calidad de productos.

Este caso de estudio se justifica, por que ayudara a mejorar la relación con los clientes, permitiendo a la empresa ofrecer un servicio excepcional. Esto aumenta la satisfacción y lealtad de los clientes, lo que a su vez contribuye a un aumento de ventas, ganancias y una mejor imagen de la empresa. Una buena atención al cliente también puede ahorrar tiempo y recursos al mejorar la eficiencia de la organización.

El Objetivo de esta investigación es comprender cuáles son los principales factores que afectan la calidad de servicio al cliente en “KtmSport”, en el cantón de Vinces, para describir en detalle algunos de los problemas que tiene esta empresa para poder brindar un buen servicio y analizar las falencias de la Atención al Cliente.

Para Arenal (2020) “el servicio al cliente de calidad se trata de satisfacer plenamente las necesidades y requerimientos de los clientes, lo que puede generar publicidad gratuita de boca en boca y atraer a más clientes debido a la ubicación de la empresa” (págs. 5-12). Los clientes son una parte esencial de cualquier organización, pero muchas de ellas no están preparadas para adaptarse a sus necesidades en términos de calidad, eficiencia y servicio personalizado. Por lo tanto, los gerentes deben mejorar

la calidad del servicio que brindan a los clientes, ya que no es opcional sino una necesidad para la supervivencia de la organización.

En el caso de KtmSport, la empresa ha experimentado problemas en su servicio al cliente, lo que ha llevado a una disminución en la satisfacción de los clientes y, en consecuencia, en la rentabilidad de la empresa. Es importante que los gerentes de KtmSport reconozcan la importancia de adaptarse a las necesidades de los clientes en términos de calidad, eficiencia y servicio personalizado para asegurar la supervivencia y el éxito de la empresa en el mercado. Por lo tanto, es fundamental que se implementen medidas para mejorar la calidad del servicio al cliente y se brinde una atención más efectiva y personalizada para satisfacer las necesidades de los clientes. De esta manera, se pueden fomentar relaciones duraderas y rentables con los clientes y aumentar la ventaja competitiva de KtmSport.

El cliente es el principal evaluador de la calidad del servicio que recibe, tal como señala Terranova (2019) “la atención al cliente y la calidad del servicio son temas recurrentes en el mundo empresarial, sin embargo, en la actualidad existe un mayor enfoque en ofrecer un servicio excepcional y confiable” (p.6).

Según Barboza, (2019) La calidad de atención al cliente y la atención que se brinda están estrechamente relacionadas, como se menciona en la cita anterior. Esta conexión es crucial para el funcionamiento efectivo de cualquier empresa, independientemente de su actividad. Por lo tanto, es esencial que los clientes mantengan una comunicación abierta y cordial con la empresa, en este caso con KtmSport, para fortalecer la relación comercial. Una buena relación entre ambas partes se basa en la confianza y la fiabilidad mutua.

Las empresas deben reconocer la importancia vital del cliente en sus negocios, ya que son fundamentales para ofrecer un servicio de calidad adecuado. A pesar de que la empresa no puede controlar directamente al cliente, dado que es la razón de ser del proceso empresarial, es esencial enfocar todas las acciones en conocer y satisfacer sus necesidades y expectativas. Por lo tanto, es crucial para una empresa mejorar sus estrategias y hacer todo lo posible para atraer y fidelizar a los clientes, lo que se traducirá en una excelente atención al cliente y, por ende, en su máxima satisfacción.

Para una empresa, la atención al cliente es esencial para su supervivencia, ya que los clientes son el enfoque central y el factor clave para determinar el éxito o el fracaso. En consecuencia, es fundamental que haya una comunicación fluida y eficaz entre la empresa y sus clientes para que sea satisfactoria para ellos. Para Sánchez (2016), “La atención al cliente es una situación de comunicación interpersonal”. Si se gestiona adecuadamente KtmSport, la experiencia del cliente puede mejorar en términos de eficacia, eficiencia y calidad.

El cliente es definido como una persona, empresa u organización que adquiere productos o servicios para su propio uso o para terceros. La atención al cliente implica llevar a cabo actividades destinadas a identificar sus necesidades con el fin de satisfacerlas por completo. La calidad del servicio al cliente se enfoca en ofrecer un valor agregado frente a los competidores, lo cual es esencial para el éxito. La atención y calidad del servicio al cliente están estrechamente relacionados.

La calidad es un aspecto que debería aplicarse en cualquier empresa, ya que su implementación puede ayudar a corregir los principales problemas que pueden surgir. La dirección tiene como objetivo lograr un rendimiento sobresaliente de la empresa desde su interior, lo que puede implicar que incluso los problemas menores en los procesos empresariales estén relacionados con la calidad. Este enfoque es muy riguroso,

ya que implica adoptar y construir un liderazgo que permita gestionar a las personas de manera efectiva, reconociendo sus diferencias, habilidades, aptitudes, ideales y destrezas. (Andaluz H, 2021)

Ser un líder es esencial para guiar a otros hacia el éxito y ayudarles a mejorar en su desempeño, incluso si en algunos casos superan al líder. Liderar es una gran responsabilidad y solo las personas que se sienten capaces de liderar algo que creen que pueden hacerlo toman ese rol. Aunque se presentarán obstáculos, es importante superarlos con liderazgo para empoderar tanto al líder como a los subordinados. La mentalidad de liderazgo es algo que las empresas adoptan para transmitir a sus clientes.

La calidad es un factor clave para las empresas, ya que es crucial para garantizar la durabilidad y utilidad de sus productos o servicios, y para satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo tanto, se someten a múltiples procesos para garantizar la calidad de lo que ofrecen y asegurarse de que los clientes queden satisfechos con sus productos o servicios. La calidad del servicio implica cuidar a los clientes y brindarles la debida atención, lo cual es esencial para retenerlos y aumentar el valor comercial. Si un cliente está satisfecho con la atención diferenciada que recibe, es más probable que regrese y recomiende el negocio a sus amigos, e incluso se convierta en un seguidor de la marca.

La empresa KtmSport se destaca por ofrecer productos y servicios de alta calidad, lo que le proporciona una gran ventaja competitiva a pesar de su limitado personal. Para maximizar esta ventaja, utiliza la herramienta de análisis FODA para identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, lo que resulta esencial para todo tipo de negocio, ya sea pequeño, mediano o grande. A través de esta investigación, se pueden identificar términos valiosos para mejorar la calidad de atención al cliente.

A través del análisis FODA se puede evaluar la situación actual de una organización, empresa o proyecto, basándose en las características internas de la organización como debilidades y fortalezas, así como en su entorno externo en cuanto a oportunidades y amenazas. El objetivo principal del análisis es determinar la ventaja competitiva de la empresa y la estrategia general más apropiada para su uso, considerando tanto sus propias características como las del mercado en el que se desenvuelve, y esto se logra mediante el análisis previamente mencionado. (Vision, 2019).

KtmSport aprovecha el análisis FODA para identificar tanto sus fortalezas y debilidades internas como las oportunidades y amenazas del entorno externo. Este análisis tiene en cuenta diversas características relacionadas con la producción, el marketing, la financiación y otros aspectos de la empresa en general que pueden afectar su ventaja competitiva y su estrategia en el mercado.

En el contexto externo, las oportunidades y amenazas son factores que influyen en la empresa y que se encuentran fuera de su control. La empresa debe estar preparada para aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas que surjan en su entorno. La flexibilidad y la capacidad de adaptación son fundamentales en este aspecto. La empresa debe tener en cuenta que no puede existir sin su entorno y, por lo tanto, es importante identificar las oportunidades que pueden surgir y las amenazas que pueden afectar su funcionamiento. (Vision, 2019)

La empresa KtmSport, a pesar de su desafío de falta de personal, está constantemente atenta a las oportunidades y amenazas del mercado en el que opera. Además, la empresa busca convertir sus debilidades en fortalezas para mantenerse competitiva frente a su competencia. Esto refleja la importancia de estar alerta a los cambios en el entorno y adaptarse a ellos para mantener una ventaja competitiva.

Los estándares de los clientes se vuelven cada vez más exigentes, ya no solo buscan precios y calidad, sino que también demandan una atención adecuada, un ambiente agradable y confortable, un servicio personalizado y rápido. Cuando el cliente no recibe una atención o servicio satisfactorio, existe el riesgo de que exprese su insatisfacción a otros consumidores. Por otro lado, si los clientes reciben una buena atención y servicio, es probable que vuelvan a comprar nuestros productos y visiten nuestro negocio de nuevo. Además, cuando los clientes reciben una atención y servicio de calidad, es muy probable que recomienden nuestro negocio a otros consumidores. (Brown A, 2020)

La cita anterior destaca la relevancia del cliente para la continuidad de una empresa, independientemente de su tamaño. Las empresas crecen y evolucionan a lo largo del tiempo, enfrentando diversas situaciones y procesos que les permiten mejorar continuamente. Es crucial identificar las áreas de mejora y aplicar estrategias para avanzar y progresar como negocio.

Según Quishpe & Rojas (2020), “Las empresas que alcanzan el éxito logran obtener una ventaja competitiva a través de diversas estrategias, como la implementación de nuevas tecnologías o prácticas innovadoras en áreas como el diseño de productos, el proceso de producción, el servicio al cliente, la capacitación del personal, entre otros. De esta manera, aprovechan las oportunidades que ofrece el mercado y logran destacar frente a su competencia.” (pág.43).

Brindar una atención adecuada y enfocarse en la satisfacción del cliente son elementos clave para cualquier negocio exitoso, y aunque la falta de personal puede ser un problema, ofrecer una atención de calidad puede tener un gran impacto en los clientes, quienes son la principal fuente de ingresos para cualquier empresa. La calidad en la oferta de productos y servicios es fundamental, ya que refleja la excelencia en su

fabricación, creación y origen, y se espera que hayan pasado las pruebas necesarias para garantizar su calidad y fiabilidad.

La idea de que la competitividad es crucial para el éxito de una empresa fue presentada por Porter en 1980. Según él, para mantenerse en un mercado competitivo, una empresa debe ser capaz de superar a sus rivales, y para lograrlo, debe establecer y mantener una ventaja competitiva sostenible. Porter es conocido como el fundador de la estrategia corporativa.

La ventaja competitiva se produce cuando una empresa cuenta con una ventaja única y duradera en comparación con sus competidores, lo que le permite obtener mejores resultados y una posición competitiva superior en el mercado. Existen varias fuentes que pueden generar esta ventaja, como la ubicación de la empresa, la calidad de los productos, la innovación, los servicios prestados o la reducción de costos de producción. (Dragonell N, 2019)

En la situación descrita, se ha señalado que una de las principales dificultades que enfrenta la empresa es la falta de personal, lo que lleva al propietario a tener que hacer frente a todas las actividades diarias. Esto ha generado descontento entre los clientes, quienes reciben una atención adecuada y resolución de sus problemas, pero se molestan por el tiempo que deben esperar para recibir el servicio. Como resultado, este caso de estudio presenta varias situaciones relacionadas con el análisis de la calidad del servicio al cliente en KtmSport.

Los clientes frecuentan mucho el negocio debido a la amplia gama de productos y servicios que ofrece, lo que lo diferencia de la competencia y crea lealtad hacia la empresa, a pesar de su escasez de personal. De hecho, se considera un líder en su

mercado. Proporcionar servicios de alta calidad y una atención adecuada al cliente es una prioridad fundamental.

Las ideas de eficiencia y eficacia también se relacionan con este tema. De acuerdo con Santos (2020), la eficiencia se refiere a “la relación entre los recursos utilizados en el proyecto y sus logros. Esto ocurre cuando se utilizan menos recursos para lograr el mismo objetivo, o cuando se utilizan los mismos o menos recursos para lograr más objetivos”. Estos términos han adquirido una gran relevancia e importancia en las empresas a lo largo de los años.

Según la cita mencionada, la empresa del caso de estudio necesita mejorar su eficiencia para convertirse en un negocio altamente recomendable para sus clientes, ya que ha enfocado sus esfuerzos en satisfacerlos. Es importante destacar que, aunque es posible ser eficaz sin ser eficiente o viceversa, lo ideal es ser eficiente y eficaz al mismo tiempo.

Según la definición proporcionada por Santos (2020), la eficacia es la medida de éxito para alcanzar objetivos, mientras que la eficiencia se refiere a la relación entre los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por lo tanto, un personal eficaz puede alcanzar sus objetivos, independientemente de los recursos utilizados, mientras que un personal eficiente puede lograr más con menos recursos. Estos términos están estrechamente relacionados con la calidad.

El análisis de la calidad de atención al cliente es fundamental en el entorno empresarial y nos ayuda a entender la importancia de este tema. En este sentido, existen diversos conceptos que entran en juego, tales como la atención al cliente, la calidad, las herramientas para mejorar la atención, el análisis FODA, entre otros. Es esencial comprender la percepción y las expectativas del cliente con respecto a un producto o

servicio, ya que esto refleja la eficacia, eficiencia y satisfacción obtenida a través de la adquisición de dichos productos o servicios.

La calidad es un concepto subjetivo, lo que significa que no es objetivo, sino que depende de las necesidades, expectativas y, en general, de la percepción subjetiva de los clientes y su nivel de expectativas sobre el producto o servicio que se ofrece. La percepción subjetiva de la calidad del producto o servicio varía de un cliente a otro y está influenciada por diversos factores como la edad, el entorno, entre otros.

Según Torres (2023), diversos estudios a lo largo del tiempo han evidenciado que más del 50% de los consumidores buscan a la competencia debido a una atención al cliente inadecuada. Es por ello que el servicio al cliente es un factor clave para el éxito de un negocio, ya que puede ser determinante para que los clientes elijan entre su empresa y la competencia. Ofrecer un servicio al cliente excelente es fundamental, pero además de esto, existe otra razón por la cual es necesario trabajar arduamente para brindar una atención al cliente de alta calidad.

Según Carrillo (2021), la estrategia de “cliente primero” implica una relación mutuamente beneficiosa entre el cliente y la empresa, donde todos ganan. Esta estrategia se enfoca en las necesidades tanto de los clientes como de los empleados, ya que los empleados deben sentirse valorados para poder atender adecuadamente a los clientes. Si los clientes no están satisfechos, los empleados tampoco lo estarán y si los empleados no están contentos, no podrán brindar una atención de calidad a los clientes, lo que crea un ciclo negativo.

En este contexto, si el dueño del negocio no está contento con su trabajo, no podrá transmitir esa misma energía positiva a los clientes y brindarles una atención adecuada. Es por eso que la comunicación efectiva entre la empresa y los clientes es

esencial. Se suele escuchar la frase "el cliente es lo primero", lo que implica que el cliente debe tener prioridad y que se deben satisfacer sus necesidades a través de experiencias de compra adecuadas. La clave de esta estrategia es utilizar servicios y características que aumenten el valor de la empresa a los ojos del cliente.

Es esencial que la empresa KtmSport proporcione a sus clientes una atención de calidad, ya que se ha comprobado que esto es una forma efectiva de fidelizar a los clientes y hacer que prefieran sus productos y servicios en lugar de los de la competencia, lo que es una ventaja competitiva. No obstante, también es necesario que la empresa aborde las deficiencias que tiene para lograr un éxito total. Las empresas, independientemente de su tamaño, buscan alcanzar sus objetivos y se esfuerzan por mejorar, ya que el éxito empresarial es fundamental.

De acuerdo con Gaibor (2019), el éxito puede ser definido como la capacidad de tener un negocio que permita llevar la vida deseada. Para algunos empleadores, esto significa evitar el trabajo diario que implica un trabajo para otros, mientras que, para otros, significa tener más tiempo de calidad con su familia, poder recoger a sus hijos después de la escuela, tener la libertad de viajar o simplemente tener el control de su propio destino (pág. 6).

La cita anterior hace referencia a un análisis y a la empresa, y según Guerrero, el éxito empresarial no se trata solo de ganar dinero, sino de diferenciarse y tener la satisfacción de haber creado su propio negocio, lo cual es lo que hace KtmSport al trabajar para sí misma y para satisfacer a sus clientes.

Lograr la satisfacción del cliente en una ocasión es importante, pero no suficiente para medir el éxito de una empresa. Es fundamental resolver los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades de manera constante para que tengan una

percepción positiva de la empresa. La verdadera prueba de calidad en la atención al cliente es mantener una satisfacción estable a lo largo del tiempo. Para ello, es necesario ofrecer una atención eficiente y rápida que brinde soluciones en lugar de generar más problemas.

Es esencial proporcionar información detallada sobre los productos y servicios que ofrece una empresa para mejorar la calidad de la atención al cliente. Si el objetivo es mejorar la calidad del servicio al cliente, es importante centrarse en cómo hacerlo. La presión de los clientes para mejorar sus experiencias fortalece a las empresas y las obliga a mejorar constantemente, lo que resulta en un trabajo más refinado y una mejora continua.

Santana (2019), enfatiza en la importancia de la mejora continua, la cual es un método que permite a la empresa optimizar de manera constante y a pequeña escala. Esta práctica puede tener un impacto significativo en la calidad de los productos, procesos y servicios a largo plazo, aunque la empresa en cuestión no se dedique directamente a la producción de productos o servicios. Es decir, la mejora continua puede tener un impacto en la calidad general de la empresa, incluyendo sus productos y servicios.

La calidad en la atención al cliente es esencial para agregar valor a la experiencia del cliente. Es importante que los clientes se sientan importantes y bien atendidos, ya que esto aumenta las posibilidades de que vuelvan. A pesar de las dificultades que enfrenta KtmSport, como la falta de personal y la demora en los trámites, la empresa sigue ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios que les brindan una ventaja competitiva. Se espera que en el futuro se implementen estrategias para mejorar la calidad de atención al cliente y lograr su satisfacción plena.

En relación a la satisfacción del cliente, es importante comprender qué es lo que el cliente espera al adquirir un producto o servicio. Según Domínguez (2022), la satisfacción del cliente se refiere al nivel emocional de un individuo, específicamente el cliente, que se produce al comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con las expectativas que se tenían.

Metodología

Se realizó un estudio cualitativo y cuantitativo para determinar la percepción y satisfacción de los clientes, como también para reflejar estadísticamente los porcentajes del cuestionario aplicado. Se utilizaron técnicas descriptivas para describir todas las situaciones que aquejan y se recurrió a la entrevista al dueño de la empresa y la encuesta a los clientes para obtener información detallada para llegar a las conclusiones del caso.

Técnicas e instrumentos de investigación

Entrevista

Lado menciona que la entrevista se considera una técnica de recopilación de información con un valor por sí misma. Esta estrategia es usada en el proceso de investigación, tanto dentro como fuera de una encuesta, y tiene características similares, siguiendo los pasos de la estrategia. (2019, pág. 198). Para recolectar la información, se aplicó la entrevista a la persona que administra la empresa KtmSport, con el fin de conocer la situación actual de la atención al cliente en dicha compañía y detectar las debilidades.

Encuesta

Carpio, explica que “los procedimientos de investigación más comunes, como la encuesta, son ampliamente utilizados debido a que son efectivos y rápidos para recolectar y procesar datos”. El cuestionario fue aplicado a los clientes de KtmSport, que compran los repuestos, con el fin de conocer como perciben la calidad de la atención que reciben de parte de la empresa al momento de realizar sus compras.

Resultados

En este caso de estudio se tomaron las preguntas más relevantes de la entrevista y de las encuestas realizadas a los se tomaron las preguntas más relevantes para poder llegar a las conclusiones. Las preguntas se visualizan con tabulación y gráficos:

3. - ¿Considera que es importante la motivación del personal en la empresa para el correcto desarrollo de las actividades?

Sí, trato de tener una comunicación diaria con ellos y tratar de hacer un clima laboral que se sientan como parte de la empresa y motivados para trabajar y colaborar con entusiasmo en la empresa.

6.- ¿Se realizan capacitaciones al personal en cuanto al servicio al cliente?

Exactamente como capacitaciones no, al momento de contratarlos se les da una charla de las actividades que deben realizar.

7.- ¿Cómo Ud. conoce cuáles son los requerimientos del cliente mediante un buzón de reclamos?

Si el cliente realiza algún tipo de queja directamente hacia mi persona sobre un inconveniente, pero no se cuenta con un buzón.

8.- ¿Existen programas o estrategias de innovación para la satisfacción al cliente?

Se cuenta con estrategias de implantar productos importados, se trata de mejorar en la empresa para que la clientela crezca aún más.

9.- ¿Cree usted que los clientes se van satisfechos con los productos y servicios que le ofrece la empresa?

Sí, ya que siempre se trata de atenderles de la mejor manera y cumplir a tiempo todo lo que solicitan.

Análisis de la entrevista

Al conversar con el entrevistado se notó que el personal no estaba capacitado para ofrecer un servicio de calidad. Esto se debe a la falta de programas de capacitación y falta de un buzón de reclamos para conocer mejor las quejas de los clientes. Esto es algo que se debe mejorar para evitar pérdida de clientes. A pesar de esto, la empresa tiene una buena variedad de productos de calidad y ofrece servicios de chequeos para motos, lo que ayuda a mejorar la calidad de atención al cliente.

Encuesta dirigida a clientes de KtmSport

2. ¿El tiempo empleado para atender su requerimiento fue el apropiado?

Tabla 1. Pregunta 2 de encuesta a clientes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	75%
NO	5	25%
TOTAL	20	100%

Elaborado por el autor.

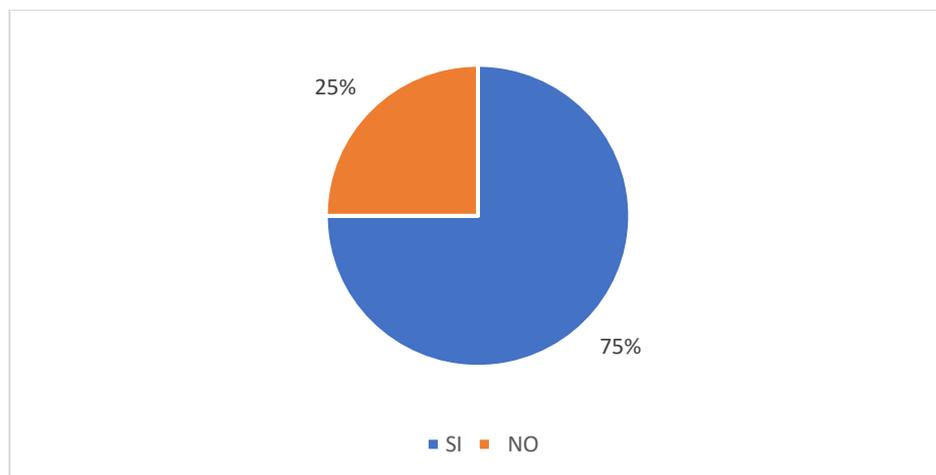


Gráfico 1. pregunta 2 de los clientes encuestados

ANÁLISIS

El 75% según el resultado de las personas encuestadas nos dice que, SI fue apropiado el tiempo en atender sus requerimientos y el 25% indica que NO, quiere decir que encontraron lentitud en la atención.

4 ¿Cree Ud. que el personal que lo atiende se encuentra capacitado para brindar una buena atención del servicio al cliente?

Tabla 2. Pregunta 4 de encuesta a clientes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	70%
NO	6	30%
TOTAL	20	100%

Elaborado por el autor.

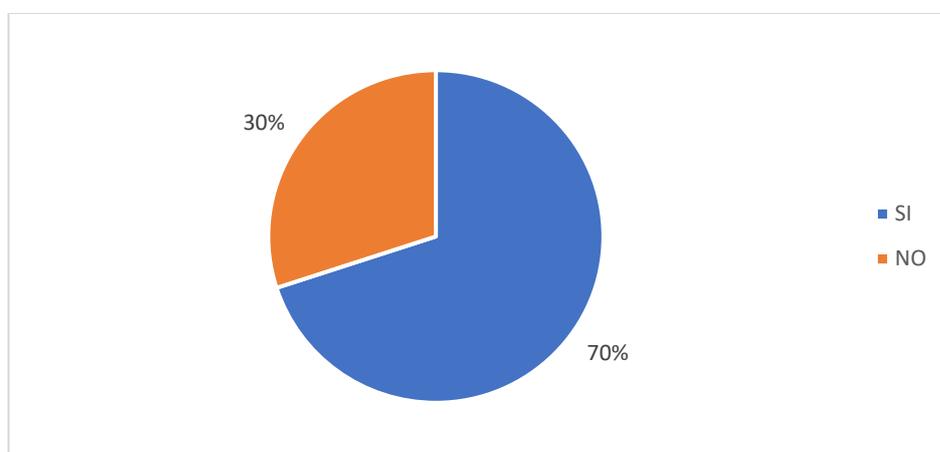


Gráfico 2. pregunta 4 de los clientes encuestados

ANÁLISIS

El 70% de las personas encuestadas indica que el personal de la empresa SI se encuentra capacitado para brindar una buena atención de servicio al cliente mientras que el 30% NO dice que cree que el personal se encuentra capacitado.

3 ¿Considera apropiada la información que le brindan acerca de los productos?

Tabla 3. Pregunta 3 de la encuesta.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100%

Elaborado por el autor.

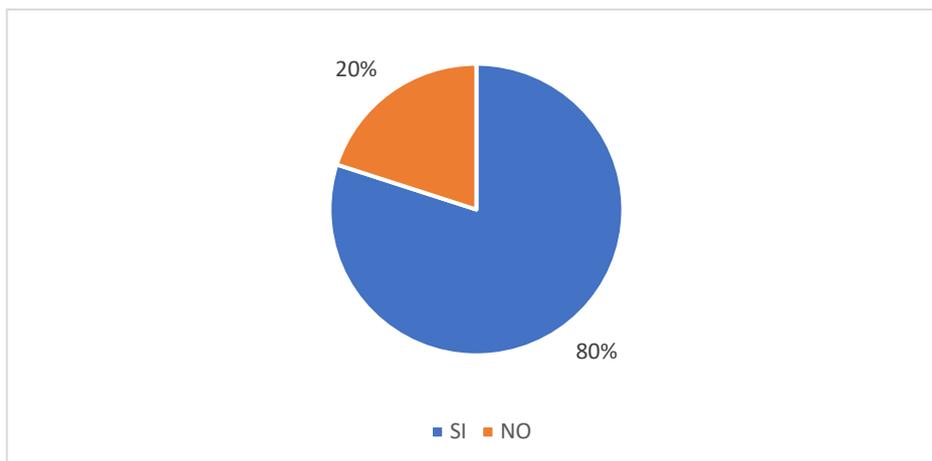


Gráfico 3. Pregunta 3 de la encuesta

ANÁLISIS

El 80% según el resultado de las personas encuestadas nos dice que, SI le brindan apropiada información acerca de los productos y el 20% indica que NO, entonces se considera que necesita con mejores especificaciones la información.

6 ¿Cumple sus expectativas la atención brindada para satisfacer sus necesidades?

Tabla 4. Pregunta 6 de la encuesta.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	75%
NO	5	25%
TOTAL	20	100%

Elaborado por el autor.

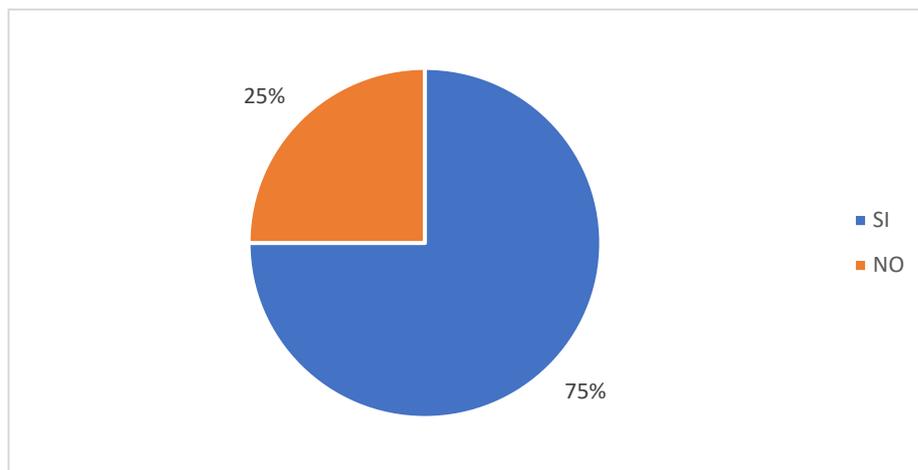


Gráfico 4. Pregunta 6 de la encuesta.

ANÁLISIS

El 75% de las personas encuestadas indica que SI se encuentra satisfecho con la atención del servicio al cliente que se le brinda en la empresa mientras que el 25% NO cumple sus expectativas.

Análisis de la encuesta

Una vez realizada la encuesta a los clientes, se pudo conocer que KtmSport es una empresa dedicada a la venta de repuestos y accesorios para motos y bicicletas con 10 años en el mercado. Está administrada por un dueño que toma decisiones financieras, contrata personal y busca motivarlos para un buen desempeño. Actualmente cuenta con 6 empleados y no cuenta con un sistema de selección de personal. No hay capacitaciones específicas para el servicio al cliente ni sistemas de buzones de reclamos. Sin embargo, se tienen estrategias de innovación para la satisfacción del cliente, ofreciendo productos de calidad de excelentes marcas para garantizar una buena atención.

CONCLUSIÓN

Después de revisar los conceptos y problemáticas abordados en este informe, se llevó a cabo un diagnóstico de la situación de la empresa KtmSport en cuanto a la calidad de atención al cliente. Se llegó a la conclusión de que hay deficiencias en la atención al cliente y falta de personal para atenderlos adecuadamente y en un tiempo razonable, lo que afecta la satisfacción del cliente. Por lo tanto, se recomienda incorporar más personal y mejorar la calidad de atención para mantener a los clientes satisfechos.

De acuerdo con la entrevista al dueño de la compañía, quedó patente que KtmSport no dispone de programas de formación ni estrategias de mejoras continuas en cuanto a la calidad del servicio al usuario. Sin embargo, la empresa posee una amplia variedad de repuestos y accesorios de materiales, lo que supone una gran ventaja para la competencia.

Los usuarios entrevistados manifestaron que, con frecuencia, el tiempo de respuesta a sus necesidades es mayor al esperado, lo que les genera insatisfacción. Asimismo, hubo una respuesta con una puntuación menor en cuanto al hecho de que los empleados no se encuentran preparados, lo que se refleja en la calidad del servicio al usuario.

De acuerdo a la evaluación de las preguntas, los consumidores consideran que se debe preparar a los trabajadores y poner en marcha un sistema de quejas para mejorar la calidad del servicio al usuario en KtmSport. También, se debe implementar un sistema de evaluación y mejora continua para garantizar que los estándares de calidad se mantengan y se mejoren progresivamente.

BIBLIOGRAFÍA

- Andaluz H. (2021). Calidad del servicio al cliente. Buenos Aires: Editex.
<https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Arenal L. (2020). Gestión comercial y servicio de atención al cliente. Person.
<https://books.google.com.ec/books?id=EpsvChk941kC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Arias M & Ayala D. (2020). la calidad en la atencion al cliente. Mexico DF: EDITORIAL CRÍTICA.
<https://www.pymerang.com/marketing-y-rees/612-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente>
- Barboza E. (2019). *Atencion al cliente de la agencia 211 Barquisimeto*. Santander.
- Brown A. (2020). Gestion de la atencion al cliente. Barcelona: Butterworth- Heinemann.
- Dragonell N. (2019). Cualidades de la sastifaccion al cliente. Barranquilla: EDICIONES MARTÍNEZ ROCA.
- Fernández. (2022). Gestión de la atención al cliente / consumidor. Mexico DF: DEUSTO.
- Gaibor R. (2019). Atencion al cliente. Barcelona: EDICIONES DESTINO.
- Giraldo M. (2020). Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias. España: ESPASA.
https://books.google.com.ec/books/about/Atenci%C3%B3n_al_cliente.html?id=0yCuHNwXIMIC&printse
- Joe Santana. (2019). Atencion eficaz de quejas y reclamaciones. Barcelona: CLICK EDICIONES.
- Lado C. (2019). Metodologias de la investigacion y su aplicacion. Scielo.
https://books.google.com.ec/books?id=VSb4_cVukkcC&printsec=frontcover&hl=es
- M, D. (2022). atencion al cliente en el proceso comercial. Mexico DF: ALIENTA EDITORIAL.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/atncion-al-cliente-en-el-proceso-comercial/>
- Michael Torres. (2023). Calidad total en la atención al cliente. Mexico DF: DEUSTO.
- Mirian Herrera. (2020). Servicios de atencion comercial. Bogota: AUSTRAL.
- Monserate C. (2019). Calidad en el servicio a los clientes. Madrid: EDICIONES PAIDÓS.
- Rodriguez S. (15 de 6 de 2020). *Andalucialab*. <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/#:~:text=La%20calidad%20en%20la%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20la%20conforman%20un,la%20vida%20de%20nuestra%20empresa.>
- Santos J. (2020). Estrategia: calidad de servicio. Bogota: EDICIONES LUCIÉRNAGA.
- Tapia A. & Carrillo B. (2021). Calidad al cliente y calidad en el servicio. Madrid: EDICIONES CORÍN TELLADO.
- Terranova M. (2019). Atencion eficaz de quejas y reclamaciones. Barcelona: CLICK EDICIONES.
- Vision. (11 de 9 de 2019). *Visión Industrial*.
<https://www.visionindustrial.com.mx/industria/desarrollo-organizacional-3027/como-realizar-un-analisis-foda-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>

Ydrach V. (2021). Manual de atención a clientes y usuarios: Una guía para reducir costes, mejorar las ventas y la calidad en las organizaciones públicas y privadas. Barcelona: EDITORIAL PLANETA.
https://books.google.com.ec/books/about/Manual_de_ateci%C3%B3n_a_clientes_y_usuario.html?id=NNjboAECAAJ&redir_esc=y

ANEXOS



Anexo 1: Entrevista al propietario de KtmSport de la ciudad de Vinces
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
(FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA)
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

TEMA: Falencia del servicio al cliente en la empresa KtmSport de la ciudad de Vinces en el periodo 2022

1.- ¿Cuál es la actividad comercial de KtmSport

La actividad comercial de nuestra empresa es la venta de repuesto y accesorios de motos y bicicleta con más de 10 años en el mercado.

2.- ¿Cuáles son las funciones principales?

Yo administro en general toda la empresa, me encargo de la toma de decisiones, de la parte financiera como el pago a proveedores y los empleados.

3.- ¿Actualmente cuántos empleados trabajan en KtmSport?

Actualmente en la empresa existen 6 empleados, 4 se encargan de la venta, 2 despachan la mercadería

4.- ¿Considera que es importante la motivación del personal en la empresa para el correcto desarrollo de las actividades?

Sí, trato de tener una comunicación diaria con ellos y tratar de hacer un clima laboral que se sientan como parte de la empresa y motivados para trabajar y colaborar con entusiasmo en la empresa.

5.- Existe un procedimiento de selección del personal que cumpla el perfil laboral para el puesto de trabajo?

No existe ningún procedimiento, sin embargo, se contrata al personal en base a la necesidad que haya que suplir en el momento.

6.- ¿Se realizan capacitaciones al personal en cuanto al servicio al cliente?

Exactamente como capacitaciones no, al momento de contratarlos se les da una charla de las actividades que deben realizar.

7.- ¿Cómo Ud. conoce cuáles son los requerimientos del cliente mediante un buzón de reclamos?

Si el cliente realiza algún tipo de queja directamente hacia mi persona sobre un inconveniente, pero no se cuenta con un buzón.

8.- ¿Existen programas o estrategias de innovación para la satisfacción al cliente?

Se cuenta con estrategias de implantar productos importados, se trata de mejorar en la empresa para que la clientela crezca aún más.

9.- ¿Cree usted que los clientes se van satisfechos con los productos y servicios que le ofrece la empresa?

Sí, ya que siempre se trata de atenderles de la mejor manera y cumplir a tiempo todo lo que solicitan.

10.- ¿Considera usted que sus productos son de calidad?

Si, son de excelente calidad debido a que importamos productos de las mejores marcas en repuestos y accesorios para que no haya reclamos de parte de nuestros clientes.



Anexo 2: Encuesta a los clientes de KtmSport de la ciudad de Vinces

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO (FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA) CUESTIONARIO DE ENCUESTA

TEMA: Falencia del servicio al cliente en la empresa KtmSport de la ciudad de Vinces en el periodo 2022

Objetivo: conocer la calidad del servicio al cliente en KtmSport.

1.- ¿Existe probabilidad que vuelva a comprar productos en KtmSport?

SI

No

2.- ¿El tiempo empleado para atender su requerimiento fue el apropiado?

SI

No

3.- ¿Considera apropiada la información que le brindan acerca de los productos?

Si

No

4.- ¿Cree Ud. que el personal que lo atiende se encuentra capacitado para brindar una buena atención del servicio al cliente?

Si No

5. ¿Los colaboradores utilizan equipos de protecciones individuales para evitar accidentes laborales?

Si

No

6. ¿Recomendaría a sus amigos o familiares comprar en KtmSport?

Si

No

7. ¿Encuentra todos los productos de repuestos y accesorios en la empresa?

Si

No

8. ¿Cree Ud. que los productos que vende KtmSport son de buena calidad?

Si

No

9. ¿Cree Ud. que la empresa necesita personal capacitado para mejorar calidad de atención al cliente?

Si

No

10. ¿Cree Ud. necesario implementar un buzón de requerimientos de la atención brindada?

Si

No

Anexo: Carta de autorización

Babahoyo, 13 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 **KTMSPORT** de la ciudad de Vinces de la provincia de Los Ríos

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **PALACIOS GAVILANES AMY SULLY**, 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: **FALENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA KTM SPORT DE LA CIUDAD DE VINCES EN EL PERIODO 2022**, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



Palacios Gavilanes Amy Sully

CI: 1207095371

Telf. 0 96 734 7072



Sr(a). María Yolanda Caisa Vega

C.I: 1203684145001

Teléfono: 0989094434

Anexo: Reporte de anti plagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

PALACIOS GAVILANES AMY SULLY

4% Similitudes

4% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas

< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: PALACIOS GAVILANES AMY SULLY.docx
ID del documento: 33f75a8833e9d5a1ec494136183442b3781c102a
Tamaño del documento original: 52,69 ko
Autor: AMY SULLY PALACIOS GAVILANES

Depositante: AMY SULLY PALACIOS GAVILANES
Fecha de depósito: 30/3/2023
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 30/3/2023

Número de palabras: 5181
Número de caracteres: 32.987

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 dspace.utb.edu.ec Análisis a la calidad de atención al cliente en la Microempresa C... http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/9329/3/E-UTB-FAFI-ING.COM-000645.pdf.be 1 fuente similar	3%		Palabras idénticas : 3% (169 palabras)
2	 books.google.com.ec Manual de atención a clientes y usuarios: Una guía para red... https://books.google.com.ec/books/about/Manual_de_atencion_a_clientes_y_usuario.html?id=NNjboAEA...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (23 palabras)

Fuente con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #058449 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)