



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA.
PROCESO DE TITULACION.
NOVIEMBRE 2023- MARZO 2023.
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA.
PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:
LICENCIADA EN COMERCIO

TEMA:
ESTRATEGIA DE LA ATENCION AL CLIENTE EN LA EMPRESA NETLIFE DE
LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2023.

ESTUDIANTE:
MARIA ISABEL ROMERO ZAMORA

TUTOR:
ING. JUAN ORTIZ CAMPI, MAE.

AÑO LECTIVO:
2024.

Contenido

Portada.....	1
Contenido.....	2
Resumen.....	3
Palabras claves.....	3
Planteamiento del problema.....	4-5
Justificación.....	6
Objetivos del estudio	7
Líneas de investigación.....	8
Marco conceptual.....	9-18
Marco metodológico.....	19-20
Resultados.....	21-24
Discusión de resultados.....	25-26
Conclusiones.....	27
Recomendaciones.....	28
Referencias.....	29-30
Anexos.....	31-36

Resumen

Este caso de estudio se centra en examinar las diversas falencias que existen en la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo y los desafíos que presenta el área de atención al cliente, con el fin de identificar las causas del problema y posibles recomendaciones de mejora. La situación actual del servicio al cliente se evaluará mediante la realización de encuestas sobre temas como servicio al cliente, análisis de quejas y comentarios y desempeño del personal.

Se descubrirán importantes y significativos problemas y debilidades en la atención al cliente, como largos tiempos de mejora, respuestas poco útiles, falta de formación y dificultades en los canales de comunicación.

Palabras claves

Atención al cliente

Estrategias de atención al cliente

Capacitación del personal

Satisfacción del cliente

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente estudio de caso se basa en la estrategia de la atención al cliente de la empresa netlife de la ciudad de Babahoyo periodo 2023, la cual se dedica a la venta del servicio de internet de ultra alta velocidad a través de fibra óptica con servicios especializados en las últimas tendencias tecnológicas, está sustentado en el registro único del contribuyente N° 179128754001, ubicado en las calles 27 de mayo entre 5 de junio y 10 de agosto de la ciudad antes mencionada.

La empresa netlife de la ciudad de Babahoyo en 2023 presento una debilidad en la manera que los empleados del servicio de atención al cliente interactúan con ellos ya que no logran cumplir con sus expectativas al intentar adquirir el servicio. Esta deficiencia se manifiesta mediante respuestas tardías o inadecuadas, falta de empatía y ausencia de ofrecimiento de soluciones a los problemas que se presenten.

Un problema significativo como efecto de la problemática es el impacto directo en la reputación de la empresa netlife ya que las malas experiencias de los clientes pueden difundirse de manera rápida a través de las redes sociales, lo que puede perjudicar la imagen de la empresa y desalentar a potenciales clientes a interactuar con esta. Además, puede afectar en la retención de los clientes, o en la pérdida de los clientes existentes ya que los insatisfechos son más propensos a buscar otras alternativas o recurrir a la competencia si sus problemas no son tratados adecuadamente y puede tener repercusiones negativas en los ingresos y la rentabilidad de la empresa netlife de la ciudad de Babahoyo a largo plazo.

Una deficiencia en el servicio al cliente es un pasivo para las empresas, ya que puede provocar directamente la pérdida de clientes, daños a la reputación o empleados descontentos. Para abordar este desafío es necesario implementar un enfoque integral que incluya la capacitación y el desarrollo de los empleados de servicio al cliente, el establecimiento de procesos eficaces de gestión de quejas y la promoción de una cultura general centrada en la satisfacción del cliente. La falta de enfoque y compromiso con el

cliente puede reducir la confianza y la lealtad hacia la empresa, lo que crea dificultades para retener a los clientes nuevos y existentes.

La falta de respuesta oportuna a las consultas e inquietudes de los usuarios genera frustración e insatisfacción por parte de los clientes, obligándolos a recurrir a la competencia para satisfacer sus necesidades, lo que tiene consecuencias importantes para las empresas de Netlife en Babahoyo como pérdida de clientes, disminución de ventas y falta de la lealtad del cliente.

Esto puede ser producto de la falta de personal capacitado o un problema de atención al cliente deficiente, lo que resulta una experiencia negativa. Abordar el problema requiere mejorar la satisfacción del cliente e incrementar las ventas implementando procesos efectivos que garanticen la puntualidad y la excelencia en la prestación del servicio adaptando una perspectiva centrada en el cliente para enriquecer su experiencia y mantener una ventaja competitiva de la empresa netlife de la ciudad de Babahoyo.

JUSTIFICACIÓN

Se realiza el presente caso de estudio para analizar el área de atención al cliente de la misma, ya que un servicio de atención al cliente deficiente puede traer consecuencias negativas significativas como la pérdida de clientes, daños en la imagen de la empresa netlife o disminución en las ventas. Permitirá establecer las causas que están colaborando a la problemática, con la finalidad de mejorar la atención al cliente, fomentar la lealtad de los clientes y aumentar la rentabilidad.

La presente investigación se realiza porque se presentó una problemática debido a la deficiente atención del servicio al cliente de la empresa netlife de la ciudad de Babahoyo lo cual puede traer consecuencias negativas.

Ayudará a la empresa a facilitar el desarrollo de estrategias para abordar las causas que provocan la atención al cliente deficiente, el estudio de caso contribuye directamente a un incremento en la rentabilidad de la empresa satisfaciendo la atención al cliente.

Identificar y abordar la problemática ayuda a mantener la competitividad en el mercado, asegurar la continuidad del negocio y la retención de nuevos potenciales clientes e incluso la fidelización de los mismos. La atención al cliente es un factor clave y de mucha importancia para las ventas del servicio de la empresa netlife capacitando al personal con habilidades eficientes de atención al cliente.

OBJETIVOS DE ESTUDIO

Objetivo general

- Analizar las estrategias de atención al cliente de la empresa Netlife mediante técnicas de investigación para encontrar falencias en los procedimientos.

Objetivos Específicos:

- Analizar las necesidades y expectativas de los clientes mediante una encuesta para identificar puntos de mejora.
- Capacitar al personal en habilidades de servicio al cliente de la empresa netlife de la ciudad de Babahoyo.
- Sugerir estrategias de atención para mejorar la relación y experiencia de los clientes y lograr fidelizarlos.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El siguiente caso de estudio “estrategias de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo”, se enfoca en la línea de investigación “Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control”, debido a la razones que se detallan a continuación:

Esto permitirá un enfoque investigativo cuya orientación se centra en implementar estrategias de atención al cliente, posibilitando así la satisfacción del cliente. Proporcionar los recursos financieros necesarios para implementar estrategias, como inversiones en tecnología, capacitación de empleados y programas de fidelización de clientes. Supervisar y coordinar la ejecución de tácticas de atención al cliente, garantizando el logro de metas definidas y la asignación eficaz de recursos. Garantizar el cumplimiento de las responsabilidades fiscales vinculadas a las transacciones y actividades de atención al cliente para prevenir sanciones y conflictos legales. Considerando la sublínea de investigación “Empresas e instituciones públicas y privadas” como una fase fundamental y crucial para el adecuado desarrollo del trabajo. Las empresas e instituciones públicas y privadas responden al estudio de caso de estrategias de servicio al cliente de una empresa de Netlife a través de colaboraciones, y retroalimentación y colaboración mutuas. Estas relaciones son importantes para mejorar la experiencia del cliente y garantizar el éxito a largo plazo de la empresa de Internet. El tema de investigación se articula directamente los procesos administrativos o comerciales bajo la supervisión del docente que pertenece al proyecto de prácticas pre-profesionales.

MARCO CONCEPTUAL

Atención al cliente

La atención al cliente es un conjunto de acciones encaminadas a mejorar la experiencia del cliente y establecer un proceso para resolver de forma inmediata y eficaz cualquier reto, duda o problema del cliente. Esto se puede realizar a través de diversos medios de comunicación. (Moreno, 2023)

¿Por qué es importante el servicio de atención al cliente?

" El servicio se está convirtiendo en una ventaja de mucha importancia para las empresas que están simplificando sus negocios y dando prioridad a las necesidades de sus clientes". (Silva, Zendesk, 2020)

Se puede ganar mucho dinero con un buen servicio al cliente. Una razón muy importante para que cualquier empresa dé prioridad al servicio al cliente es que afecta directamente la pérdida de clientes o la lealtad a la marca. Un cliente leal es un cliente valioso. (Silva, Zendesk, 2021)

Si un cliente recibe un buen trato, querrá volver. Un buen servicio al cliente da como resultado una experiencia agradable y de primera clase. Si tu marca ofrece un excelente servicio al cliente, tendrás un boca a boca increíble.

Cuando sigues a un cliente durante todo su recorrido y le brindas un servicio de excelente, tienes la ventaja de poder recopilar información valiosa que es muy útil para mejorar tu negocio. Escuchar de primera mano lo que un cliente tiene que decir sobre su marca le brinda una oportunidad inmediata de cambiar los procesos de la empresa para beneficiar la experiencia del cliente. (Silva, Zendesk, 2021)

Objetivos del servicio al cliente

“El objetivo primordial del servicio al cliente es responder rápida y eficazmente a las consultas de los clientes, resolver problemas con empatía y atención, construir relaciones y aumentar la credibilidad de la marca”. (Zendesk, 2023)

1. Conviértase en defensor del cliente.

Los colaboradores de atención al cliente son la cara de la empresa estos se esfuerzan por brindar el mejor servicio, tratando de comunicar las malas noticias a los clientes con compasión y empatía, y de manera que pueda ofrecerles los siguientes pasos a seguir para solucionar su problema, y también garantizar que todas las áreas involucradas en la empresa tengan información, ya sea ingeniería, infraestructura, producto o finanzas. (Intelsa, 2022)

2. Fidelizar a los clientes

Muestra empatía, transparencia y, lo más importante, coherencia, porque la primera impresión es muy importante. La experiencia del cliente es muy importante en este paso, te permite hacer que los consumidores se sientan conectados con la marca y leales a ella. (Intelsa, 2022)

Esta extraordinaria experiencia comienza desde el primer punto de contacto, ya sea en el sitio web, vía correo electrónico, en un lugar físico o en Instagram; y continuar hasta que utilicen nuestro producto. Por eso, cada vez que nos proponemos hacer algo nos preguntamos: ¿nuestros clientes lo disfrutarán?

3. Proporcionar respuestas rápidas y eficaces

El objetivo más importante del servicio al cliente es ser oportuno y útil, uno sin el otro es inútil, céntrate en respuestas rápidas, específicas y concisas, y establece tiempos de respuesta y objetivos de resolución. (Intelsa, 2022)

4. Incrementar la satisfacción del cliente

Eliminar posibles causas de insatisfacción; Esto le ayudará a comprender mejor las experiencias de los clientes, producir mejores productos y servicios para que los clientes encuentren menos problemas y realizar encuestas de satisfacción que le permitan medir las percepciones de los clientes sobre la calidad de nuestros servicios. (Intelsa, 2022)

¿Qué es una estrategia de servicio al cliente?

“Son estrategias que la empresa determina cómo va a satisfacer las necesidades de sus clientes. Debe considerar las políticas, procedimientos, recursos y procesos necesarios

para brindar un servicio excepcional'' (Buelvas, 2023)

La estrategia de atención al cliente es un elemento importante en la mayoría de las empresas. La estrategia de atención al cliente se entiende como un conjunto de reglas y pautas que determinan la forma en que se llevará a cabo la atención al cliente. Es decir, determina cómo se produce el proceso de conexión entre una empresa y sus clientes y, por lo tanto, tiene una influencia de mucha importancia. Si bien definir una estrategia de atención al cliente es un elemento fundamental en cualquier empresa, cobra especial importancia en el sector logístico. (Dispatchtrack, 2021)

Los componentes de la atención al cliente.

Cliente: Este es el componente primordial, sin él el servicio al cliente o nuestro negocio no existiría. La empresa no tiene control de los clientes, sin embargo, como centro de servicios es importante que las decisiones de servicio que se tomen estén basadas en un conocimiento pleno de sus necesidades y expectativas. (Expand, 2023)

Producto o servicio: Hace que el cliente se relacione con nosotros. Al interactuar con un producto o servicio pueden surgir dudas o problemas relacionados, entre otras cosas, con la calidad, el precio, las características técnicas. (Expand, 2023)

Protocolo: Hace referencia a todo aquello que facilita a nuestros clientes el acceso. Algunos ejemplos incluyen: métodos de pago, disponibilidad y tiempos de respuesta. Tener un protocolo predefinido es clave para tu estrategia de atención al cliente. (Expand, 2023)

Instalaciones: Es todo aquello que afecta al espacio con el que entran en contacto nuestros usuarios, físico o virtual, donde se realizan ventas o servicios. En el espacio virtual podemos considerar varios factores como la velocidad de carga del sitio web, el comercio electrónico, entre muchos otros. (Expand, 2023)

Información y Comunicación: Se refiere a aspectos como claridad, accesibilidad, cantidad, confiabilidad, oportunidad y canales de comunicación que ofrece la empresa.

Proveedor de Servicios: Son todos los representantes de la empresa quienes

interactúan con el cliente. Cada empleado se convierte en la cara de la empresa, por eso es muy importante tener en cuenta los aspectos básicos del cuidado, como la amabilidad, el respeto, la responsabilidad, la diligencia y la eficiencia. Es un factor determinante en toda estrategia de atención al cliente. (Expand, 2023)

Estrategias para mejorar el servicio al cliente

1. Comprender las necesidades del cliente

Todo lo que haga el equipo de atención al cliente debe basarse en las necesidades del cliente. Comprender exactamente cuáles son esas expectativas y qué es lo que usted desea le ayudará a guiar su estrategia de servicio al cliente. (SAP concur, 2022)

2. Entrenar la empatía

Comprender las necesidades específicas de sus clientes es sólo el primer paso, pero la forma en que interactúa con ellos es fundamental para el éxito de su estrategia de mejora del servicio al cliente. Sin embargo, los equipos de servicio al cliente deben comprender cómo se siente un cliente después de su interacción para garantizar la retención del cliente. (SAP concur, 2022)

3. Fomente la retroalimentación honesta de los clientes

Cuando escucha los comentarios de sus clientes, no solo se sienten valorados sino que también tienen un sentimiento positivo hacia su marca. Los buenos comentarios de los clientes generan críticas positivas. Los malos comentarios de los clientes crean oportunidades de mejora. (SAP concur, 2022)

4. Establezca un marco para medir el desempeño de su equipo

Trabajar en métricas de desempeño del servicio al cliente es una excelente manera de preparar a su equipo para el éxito. La única forma de determinar los indicadores clave de rendimiento (KPI) correctos es crear un marco sólido que lo guíe. (SAP concur, 2022)

5. Establecer objetivos individuales y de equipo

Los objetivos de desempeño del servicio al cliente de su equipo se alinean naturalmente con los objetivos de la empresa. Capacite a sus agentes para que determinen y persigan sus

objetivos individuales en función de lo que el equipo haya acordado colectivamente.

Monitorear el desempeño (y una cultura de honestidad e integridad) puede ayudarlo a respaldar a su equipo cuando surgen problemas para que puedan resolverlos juntos. (SAP concur, 2022)

6. Agilizar los procesos manuales

En muchos casos, puede ahorrar tiempo y reducir errores mediante la optimización de procesos. Una opción es utilizar software diseñado para reducir tareas tediosas, calcular tendencias o automatizar sus informes. Simplemente fijarse metas no es suficiente para alcanzarlas. Cree un marco de garantía de calidad del servicio al cliente y asegúrese de que los empleados lo conozcan. Cree listas de verificación de control de calidad para detallar qué es lo más importante en la atención al cliente. (SAP concur, 2022)

7. Establecer un entorno de formación

Cuando surjan problemas, debería poder señalarlos e informarlos de inmediato, lo que facilitará la mejora del servicio al cliente. Dar a los empleados consejos sobre cómo mejorar, en lugar de simplemente decirles que no están logrando sus objetivos, motiva el cambio y proporciona claridad. Formar y asesorar continuamente a tus agentes de atención al cliente, así como darles las herramientas para anticiparse a las necesidades de sus clientes, mejorará enormemente la experiencia. (SAP concur, 2022)

8. Adopte una estrategia de atención al cliente omnicanal

En el mundo digital actual, es importante crear una sensación de accesibilidad, pero también es importante asegurarse de no extender demasiado sus recursos para estar en todas partes. También puede configurar un lugar de autoservicio para el cliente (CSS) para reducir las tasas de contacto con el cliente. (SAP concur, 2022)

9. Sea transparente y proporcione comentarios

Fomentar la comunicación sincera y abierta y el flujo de información de calidad fortalecerá las relaciones interpersonales de los empleados entre sí. Esta información les permite ser más productivos, hacer ajustes más rápidos en su desempeño y estar preparados para hablar

sobre sus resultados. Utilice un software de gestión del rendimiento del servicio al cliente. Lo más importante que debe buscar con el software de gestión del rendimiento del servicio al cliente es garantizar que sea eficaz y eficiente.

Elegir un software puede parecer intimidante al principio, pero una vez que esté en funcionamiento, ahorrará mucho tiempo y mantendrá a los trabajadores sincronizados. (SAP concur, 2022)

10. Crear una cultura empresarial atractiva

Crear un ambiente donde los trabajadores se sientan involucrados e identificados, esto puede ayudar a aumentar la felicidad de los empleados y reducir la rotación.

Utilice técnicas como la gamificación, que produce resultados productivos y ayuda a mantener buenas relaciones, así como una buena comunicación interna con el personal. (SAP concur, 2022)

11. Establecer programas de reconocimiento y recompensa.

La jerarquía de necesidades establece que nuestra cuarta necesidad, después de la comida, la seguridad y el amor, es la autoestima. Estos incluyen sentimientos de reconocimiento, atención, confianza en uno mismo y capacidad de logro. Cualquier cosa, desde una tarjeta de regalo monetaria hasta anunciar a alguien como empleado del mes, puede aumentar la confianza en sí mismos y en la empresa. (SAP concur, 2022)

12. Contrata a los candidatos adecuados

Cuando se piensa en cómo mejorar las habilidades de servicio al cliente, el punto de partida es contratar a las mejores personas para el trabajo.

Una forma de lograrlo es buscar en las entrevistas personalidad y aspiraciones, además de habilidades, porque las personas motivadas pueden aprender lo que necesitan.

Puede resultar difícil identificar a los mejores candidatos, pero evaluar su empatía y sus habilidades para resolver problemas es fundamental para encontrar excelentes candidatos. (SAP concur, 2022)

13. Hazlo por primera vez

Los líderes suelen dedicar más tiempo a centrarse en la velocidad de resolución que en la resolución real del problema.

Calcular y realizar un seguimiento de la puntuación de resolución de su primer contacto le ayudará a comprender la importancia de dedicar más tiempo a brindar una respuesta de calidad la primera vez. (SAP concur, 2022)

¿Para qué sirve un buen servicio al cliente?

- Conozca mejor al público objetivo de su empresa y comprenda su comportamiento para desarrollar una mejor estrategia basada en el recorrido del cliente;
- Personalizar las relaciones y enfoques, adaptándolos a cada cliente y situación;
- Crea una ventaja competitiva y diferénciate de tus competidores.

Cómo brindar un servicio al cliente excepcional (9 claves)

1. Conozca a su cliente

Para todos los ámbitos de tu negocio, es importante que conozcas el perfil de tus clientes, cómo se comportan, cuáles son sus intereses y datos valiosos como edad, ubicación, etc. Esto te ayudará a establecer protocolos y mejoras y a crear una experiencia satisfactoria porque tendrás una buena idea de con quién estás tratando. (Gómez, 2022)

2. Personaliza tu comunicación

Cualquier acción o material con el que el cliente entre en contacto y a través del cual se comunique debe ser personalizado. El objetivo es hacerle saber al cliente que usted se está comunicando con él y resolviendo su problema.

Si tienes varios perfiles de tu cliente ideal, ya tendrás una cuota importante de éxito. Tendrás información sobre lo que te gusta, cuáles son tus necesidades y qué tipo de tratamiento prefieres. Sin embargo, es necesario que uses tus habilidades para que sea capaz de entender cuáles son sus necesidades y actuar en consecuencia. (Gómez, 2022)

3. Escuchar y ofrecer soluciones

La escucha activa te ayuda a concentrarte en lo que te dicen, lo que no entienden ya sea

algo sobre su producto o servicio, e incluso si tiene una queja, lo que usted mencione será útil para resolver el problema. Cuando escuchas, resulta más fácil ofrecer soluciones a cualquier objeción, especialmente cuando se trata de prospectos calificados. De esta manera sabrás que cada esfuerzo que hagas producirá buenos resultados porque tú y la otra persona tenéis el mismo objetivo.

Recuerda que perder un cliente potencial en las primeras etapas suele deberse a que sus intereses son muy diferentes a tu oferta. Sin embargo, si ya ha reconocido que tiene algo valioso que ofrecer, es su responsabilidad brindarle alternativas que lo satisfagan. (Gómez, 2022)

4. Ponga atención a los detalles

En relación con lo anterior, es importante que esté concentrado y alerta para centrarse hasta en los detalles más pequeños, ya que muchas veces un mal servicio se puede resolver con una comunicación clara, escucha y atención al detalle. La mejor forma de hacerlo es prestar atención a su forma de hablar o escribir. (Gómez, 2022)

5. Interesarse mucho

Cuando escuchas las necesidades de una persona, ella no sólo comparte contigo el aspecto formal, sino que también te revela sus problemas. Por eso no hay mejor fórmula para ser una buena persona de atención al cliente que ésta: ser auténtico y empático. Un ejercicio útil es pensar desde su punto de vista. Dado que su empresa tiene una misión y una visión claramente definidas. Lo más importante es que sea auténtico. Los clientes siempre apreciarán una acción genuina cuando vean que usted está realmente interesado en resolver un problema, incluso si le cuesta esfuerzo o tiempo. (Gómez, 2022)

6. Generar confianza

Una vez que siga las reglas anteriores, verá que se forman vínculos. Hacer negocios con esta metodología es relevante para muchas personas.

La manera de mantener estas relaciones es crear un ciclo de buenas habilidades y actitudes

de servicio. Es importante que en estas interacciones generes confianza y credibilidad. (Gómez, 2022)

7. Mejorar los tiempos de respuesta

Establecer protocolos reducirá los tiempos de respuesta, pero nunca te conformes con haber conseguido un tiempo de respuesta favorable: siempre debes buscar mejorar este aspecto.

En esta parte es importante que sepas anticiparte a las necesidades de los clientes para tener respuestas y soluciones a mano. Si puedes lograrlo, llegará el momento en que tu organización sobresaldrá en inmediatez y eficiencia en la respuesta. Nada es más importante que esto para generar confianza y relaciones comerciales a largo plazo. (Gómez, 2022)

8. Se atento

La regla de oro no sólo en la atención al cliente, sino en la vida. Muchos problemas surgen por la forma en que se dice algo, más allá de lo que realmente se dice. El buen trato elimina las objeciones.

Esfuércese por tener un comportamiento cortés, así como un lenguaje empático que mantenga la amabilidad, incluso en los casos más graves. (Gómez, 2022)

9. Cumple tus promesas

Finalmente, las claves anteriores no te servirán de nada si no las cumples. Esto es importante en el servicio al cliente: no prometa algo que no pueda cumplir. Hacer todo lo posible para cumplir todo lo que promete, o en su defecto, compensar el fracaso.

Ponte en el lugar del cliente. Cuando compras un producto o servicio y no hace lo que dicen, te frustras y te sientes engañado. Esta sensación sin duda puede llevar a un negocio o marca a la extinción. (Gómez, 2022)

Atencion al cliente On line

“El servicio de atención al cliente online es el servicio de soporte para resolver dudas y problemas aprovechando herramientas digitales como el chat, el correo electrónico

y las redes sociales a través de plataformas como los sitios web”. (Hammond, 2023)

“Esto se realiza a través de una herramienta online que permite la interacción directa entre el cliente y la empresa. De esta forma, el cliente puede resolver problemas de forma rápida y práctica y buscar respuestas a sus dudas”. (Zendesk, 2023)

Porque implementar la atención al cliente on line.

El servicio o atención al cliente es la forma en que la empresa contacta a sus consumidores para interactuar y asegurarse de que reciban sus productos y/o servicios en el momento y lugar adecuados y para asegurar su correcto uso. Sin embargo, en el mundo online se puede decir que el significado es el mismo pero la diferencia es que todo se hace de forma virtual. Es importante entender que hay que equiparse con las herramientas tecnológicas necesarias. Estos recursos lo ayudan a organizar los procesos de servicio y consolidar información valiosa del cliente para brindar una experiencia de alta calidad. Y cuando los consumidores buscan atención y servicio es porque confían en tu empresa y por eso debes estar preparado (Silva, Zendesk, 2020)

Una atención personalizada es la base principal para ser percibido por los consumidores como una empresa capaz de cumplir con las expectativas de un trato personalizado. Y vivimos en una época donde los clientes tienen la posibilidad de elegir experiencias en función de lo que buscan en el mercado. Los consumidores han incorporado nuevos hábitos a su proceso de compra y están mejor informados sobre productos y servicios, por lo que la exigencia para brindarles servicios de calidad es muy alta. (Silva, Zendesk, 2020)

Netlife

“Comprometida con el desarrollo del Ecuador y el bienestar de su traajadores, esta empresa promueve buenas prácticas empresariales para mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de la organización”. (Netlife, 2022)

MARCO METODOLOGICO

Enfoque de la investigación.

Cuantitativo para ayudarnos a obtener información y analizar los datos numéricos para poder identificar porcentajes de problemas.

Tipo de investigación.

Descriptiva para obtener características y comprender mejor la problemática y bibliográfica porque permite estudiar y comprender fuentes y publicadas sobre el tema el servicio de atención al cliente

Método.

Método Analítico.

Ayuda a detallar de las estrategias de atención al cliente para identificar posibles soluciones o recomendaciones.

Técnica.

Encuestas, para poder obtener información directa de los clientes, esta sería más confiable y factible.

Instrumento.

Se realizó la aplicación de cuestionarios dirigidos a los clientes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Población y muestra.

Se encuestó a 50 clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Fórmula para calcular la muestra:

Datos:

Z= 95%

P= 50%

Q = 50%

N = 110

E= 0,05

$$N = \frac{z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

$$E^2(N-1) + z^2 P \times Q$$

$$N = \frac{95\%^2 \times 50\% \times 50\% \times 110}{0,05^2(110-1) + 95\%^2 \times 50\% \times 50\%} = \frac{24.81875}{0.498125} = 49.82 = 50 \text{ R//}$$

RESULTADOS

Resultados de la encuesta dirigida a 50 clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Tabla 1.

1. Con qué frecuencia interactúa con el servicio de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy frecuente	47.5	95%
2	Frecuente	2.5	5%
3	Poco frecuente	0	0%
4	Nunca	0	0%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: el 95% han indicado que interactúan muy frecuente con el servicio de atención al cliente, sin embargo, el 5% restante han manifestado que interactúan frecuentemente con el servicio de atención al cliente.

Tabla 2.

2. Según su experiencia como cliente, como considera usted la atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Excelente	28	56%
2	Muy bueno	11	22%
3	Regular	10.5	21%
4	Mala	0.1	1%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: el 56% consideran excelente la atención al

cliente brindada por la empresa, el 22% respondió que consideran muy buena la atención, el 21% respondió que considera la atención y regular mientras que el 1% contestó que califican como mala la atención al cliente de la empresa.

Tabla 3.

3. ¿Qué tan satisfecho está con la rapidez de respuesta del equipo de atención al cliente?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy satisfecho	28	56%
2	Satisfecho	11	22%
3	Poco satisfecho	10.5	21%
4	Insatisfecho	0.5	1%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: el 56% indicó que está muy satisfecho con la rapidez de respuesta de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo, el 22% indicó estar satisfecho, el 21% respondió estar un poco satisfecho y el 1% dijo estar insatisfecho.

Tabla 4

4. ¿Cómo calificaría la amabilidad y cortesía del personal de atención al cliente de la Empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Excelente	31	62%
2	Muy buena	10.5	21%
3	Regular	8.5	17%
4	Mala	0	0%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: el 62% calificó como excelente la

amabilidad y cortesía del personal de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo, el 21% contestó que muy buena, y el 17% indicó como regular.

Tabla 5

5. ¿El equipo de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo pudo resolver su problema o consulta?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	25	50%
2	No	25	50%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: el 50% respondió que si resolvieron su consulta o problema satisfactoriamente y el otro 50% respondieron que no.

Tabla 6

¿Con que frecuencia ha presentado alguna experiencia negativa relacionada con la falta de seguimiento o resolución de tus problemas por parte del equipo de atención al cliente?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy frecuentemente	20	40%
2	Frecuentemente	12	24%
3	Ocasionalmente	13	26%
4	Nunca	5	10%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: El 40% de las personas encuestadas respondieron que han experimentado con mucha frecuencia alguna experiencia negativa relacionada con el seguimiento o resolución de problemas, el 24% respondió que frecuentemente, el 26% respondió que ocasionalmente y el 10% dijo que nunca.

Tabla 7

¿Con que frecuencia ha experimentado dificultades técnicas al intentar contactar al servicio de atención al cliente en línea?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy frecuentemente	20	40%
2	Frecuentemente	12	24%
3	Ocasionalmente	13	26%
4	Nunca	5	10%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: El 40% respondió que ha presentado muy frecuentemente dificultades técnicas al contactar con el servicio de atención al cliente en línea, el 24% respondió que frecuentemente, el 26% respondió que ocasionalmente y el 10% respondió que nunca.

Tabla 8

¿Recomendarías el servicio de internet a amigos o familiares en base a tu experiencia?

Orden	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	25	50%
2	No	25	50%
	Total	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo.

Autor: María Isabel Romero Zamora.

De la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo se obtuvieron los siguientes datos: El 50% de los encuestados dijeron que si recomendarían el servicio de internet netlife y el otro 50% dijo que no lo recomendaría.

DISCUSION DE RESULTADOS

Considerando los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la Empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo, la cual se enfocó en la atención al cliente, ha llevado a la identificación de cada una de los efectos problemáticos que se han venido analizando en el presente estudio de caso, lo cual ha sido base para el cumplimiento del objetivo general centrado en analizar las estrategias de atención al cliente de la empresa antes mencionado.

De la encuesta realizada, la pregunta de la tabla 1 se enfoca en saber con qué frecuencia los clientes interactúan con el servicio de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo lo cual pudimos identificar que es la mayoría con un 95% mientras que el otro 5% no necesitan tener contacto frecuentemente con el servicio de atención al cliente.

En la siguiente sección de la encuesta reflejada en la tabla 2 la cual se preguntó que como considera la atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo y más de la mitad respondió que excelente con un 56% un 22% respondió que muy bueno mientras que existe un porcentaje considerable que respondió desfavorablemente con un 22% puesto a no han recibido una atención al cliente favorable.

En la sección de la encuesta reflejada en la tabla 3 se pidió indicar que tan satisfecho se siente con la rapidez de respuesta del servicio de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo, se pudo observar que más de la mitad está muy satisfecho con un 56%, de la misma manera respondieron que se encuentran satisfechos un 22% mientras que de forma negativa se pudo observar un 22% que presentar insatisfacción en la rapidez de respuesta por parte del equipo de atención al cliente.

En la tabla 4 de la encuesta realizada se pudo observar que un 62% de encuestados califican la amabilidad y cortesía del personal de atención al cliente como excelente, un 21% lo califico como muy bueno mientras que el 17% restante demuestra satisfacción regular siendo un porcentaje un poco pequeño pero considerable.

Según la tabla 5 de la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo indicaron con una totalidad del 100% que pueden resolver su consulta o problema.

En la tabla 6 el 74% de los encuestados respondieron que si han tenido alguna experiencia negativa relacionada con la falta de seguimiento o resolución de un problema y el 26% respondió que no, esto quiere decir que los clientes están teniendo problemas con el servicio de atención al cliente.

En la siguiente sección el 70% de los encuestados dijeron que si han experimentado dificultades al intentar contactar al servicio de atención al cliente en línea y el 30% respondió que no, mostrando un déficit en la atención en línea del personal de atención al cliente de la empresa netlife.

En la última pregunta de la encuesta el 50% de encuestados respondieron que si recomendarían el servicio de internet y el otro 50% que no, identificando la necesidad de implementar estrategias de atención al cliente y de ventas.

Analizando los datos obtenidos por los encuestados podemos identificar que los clientes de dicha empresa pueden resolver sus consultas, dudas e inquietudes pero no reciben una atención eficiente y eficaz por parte del personal del servicio de atención al cliente lo cual podría generar la pérdida de confianza por parte de los clientes, ya que la demora en responder a sus consultas o resolver sus problemas puede hacer que se sientan ignorados o desatendidos, lo que podría llevarlos a buscar alternativas donde se sientan más valorados y atendidos.

CONCLUSIONES

A través del desarrollo del presente estudio de caso y con el análisis respectivo se plantean las siguientes conclusiones.

- Se analizaron las necesidades y expectativas de los clientes a través de una encuesta realizada, destacando que existen estrategias deficientes de servicio al cliente de Netlife en Babahoyo puede tener consecuencias adversas, que van desde pérdida de clientes y deterioro de la reputación de la empresa hasta falta de lealtad de los clientes, es imperativo que la empresa invierte en mejorar su estrategia de servicio al cliente para garantizar el éxito a largo plazo.

- El personal debe estar capacitado en habilidades de servicio al cliente para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la relación con la empresa. A través de la capacitación adecuada, el personal adquiere las habilidades necesarias para brindar un servicio excepcional, que incluye la capacidad de comunicarse, resolver problemas de manera efectiva y proactiva y cumplir con requisitos. Estas inversiones en desarrollo del personal no sólo mejoran la satisfacción del cliente, sino que también pueden generar mayores niveles de retención, referencias y lealtad, contribuyendo al éxito general del negocio.

- Al implementar estrategias de manera efectiva, las empresas pueden fortalecer las relaciones con sus clientes, mejorar sus experiencias y lograr lealtad a largo plazo implementando tácticas como la personalización del servicio, la escucha activa, la resolución rápida de problemas y la retroalimentación. Las empresas pueden fortalecer constantemente las relaciones con sus clientes y mejorar su percepción de la marca.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda asegurar que los equipos de atención al cliente estén capacitados para resolver los problemas de los clientes de manera efectiva y que tengan acceso a los recursos necesarios para hacerlo evitando así pérdidas de clientes.
- Se recomienda impartir formación periódica al equipo de atención al cliente para garantizar que estén actualizados sobre los productos o servicios de la empresa, así como sobre técnicas de comunicación y resolución de problemas.
- Se recomienda escuchar atentamente las inquietudes y sugerencias de los clientes, recopile comentarios a través de encuestas, redes sociales y otros canales y utilícelos para identificar áreas de mejora en el servicio al cliente.
- Establezca tiempos de respuesta clara y trata de minimizar los tiempos de espera, respondiendo a las preguntas e inquietudes de los clientes de manera oportuna y eficiente. Se debe ofrecer múltiples canales de comunicación para que los clientes puedan contactar fácilmente con el equipo de atención al cliente, como chat en vivo, correo electrónico, teléfono y redes sociales.

Bibliografía

- Buelvas, L. (28 de Marzo de 2023). *triario*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de triario: <https://www.triario.co/blog/estrategias-de-servicio-al-cliente-efectivas>
- Dispatchtrack. (28 de Octubre de 2021). *Dispatchtrack*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Dispatchtrack: <https://www.beetrack.com/es/blog/estrategia-servicio-al-cliente-importancia-sector-log%C3%ADstico>
- Expand. (9 de Junio de 2023). *Expand*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Expand: <https://www.expandlatam.com/blog/servicio/estrategias-de-servicio-al-cliente/>
- Gómez, D. (15 de Noviembre de 2022). *Hubspot*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>
- Hammond, M. (25 de Septiembre de 2023). *HubSpot*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/atencion-cliente-online#:~:text=atenci%C3%B3n%20en%20l%C3%ADnea.-,Qu%C3%A9%20es%20la%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20online,resoluci%C3%B3n%20de%20preguntas%20y%20problemas.>
- Intelsa. (26 de Mayo de 2022). *Intelsa*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Intelsa: <https://intelsa.co/objetivos-del-servicio-al-cliente/#:~:text=El%20objetivo%20principal%20del%20servicio,la%20credibilidad%20de%20la%20marca.>
- Moreno, J. (3 de Abril de 2023). *HubSpot*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20es,de%20manera%20inmediata%20y%20efectiva.>
- Netlife. (22 de Septiembre de 2022). *Netlife*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Netlife: <https://www.netlife.ec/netlife-reconocida-como-una-de-las-mejores-empresas-para-jovenes-profesionales-en-ecuador/>
- Netlife. (21 de Marzo de 2022). *Netlife*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Netlife: <https://www.netlife.ec/netlife-ocupa-el-1er-lugar-como-la-mejor-compania-del-sector-telco-en-ecuador/>
- SAP concur. (29 de Junio de 2022). *SAP concur*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de SAP concur: <https://www.concur.com.mx/blog/article/estrategias-para-mejorar-el-servicio-mx>
- Silva, D. d. (1 de Junio de 2020). *Zendesk*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Silva, D. d. (29 de Junio de 2020). *Zendesk*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-y-servicio-al-cliente-online/>
- Silva, D. d. (12 de Marzo de 2021). *Zendesk*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/servicio-al-cliente/>

Zendesk. (19 de Octubre de 2023). *Zendesk*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de
Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-virtual/>

Zendesk. (18 de Septiembre de 2023). *Zendesk*. Recuperado el 22 de Febrero de 2024, de
Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/objetivos-del-servicio-al-cliente/#:~:text=El%20objetivo%20principal%20del%20servicio,mejorar%20la%20credibilidad%20de%20la>

Anexos

Anexo 1

Autorización de la empresa

Anexo 2

Formato de la encuesta.

- 1. Con qué frecuencia interactúa con el servicio de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo?**

Muy frecuentemente

Frecuentemente

Poco frecuente

Nunca

- 2. Según su experiencia como cliente, como considera usted la atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo?**

Muy buena

Buena

Regular

Mala

- 3. ¿Qué tan satisfecho está con la rapidez de respuesta del equipo de atención al cliente?**

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

- 4. ¿Cómo calificaría la amabilidad y cortesía del personal de atención al cliente de la Empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo?**

Excelente

Muy buena

Regular

Mala

- 5. ¿El equipo de atención al cliente de la empresa Netlife de la ciudad de Babahoyo pudo resolver su problema o consulta?**

Si

No

- 6. ¿Con que frecuencia ha presentado alguna experiencia negativa relacionada con la falta de seguimiento o resolución de tus problemas por parte del equipo de atención al cliente?**

Muy frecuentemente

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

7. ¿Con que frecuencia ha experimentado dificultades técnicas al intentar contactar al servicio de atención al cliente en línea?

Muy frecuentemente

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

8. ¿Recomendarías el servicio de internet a amigos o familiares en base a tu experiencia?

Si

No

Anexo 3

Ruc de la empresa Netlife



The screenshot displays the SRI en línea interface. At the top, there is a blue header with the SRI logo and a menu icon. Below the header, a navigation breadcrumb shows 'Home > RUC > Consulta'. The main content area is titled 'Consulta de RUC' and lists the following information:

- RUC: 1791287541001
- Razón social: MEGADATOS S.A.
- Estado contribuyente en el RUC: **ACTIVO**
- Representante legal:
 - Nombre/Razón Social: BALAREZO POZO WASHINGTON FRANCISCO
 - Identificación: 1704083292
- Contribuyente fantasma: NO
- Contribuyente con transacciones inexistentes: NO

A vertical sidebar on the left contains various icons for navigation, including search, key, home, people, factory, folder, documents, file, envelope, dollar sign, and a bus icon.

Anexo 4
CERTIFICADO DE COMPILATION (ANTIPLAGIO)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE
BABAHOYO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE COMERCIO



Babahoyo, 4 de Marzo del
2024

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON
OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: la Señorita: **ROMERO ZAMORA MARIA ISABEL**, cuyo tema es: **ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA NETLIFE DE**

LA CIUDAD DE BABAHOYO, PERIODO 2023, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de **[9%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la Institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% desimilitud, queda aprobado para su publicación.

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

ESTUDIO DE CASO ROMERO

9% Textos sospechosos

2% Similitudes
0% similitudes entre comillas
2% entre las fuentes mencionadas
0% Idiomas no reconocidos
7% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: ESTUDIO DE CASO ROMERO.docx
ID del documento: 5d64e387227081b65234e902a55b6bed13d517ce
Tamaño del documento original: 65,21 KB
Autor: []

Depositante: undefined undefined
Fecha de depósito: 4/3/2024
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 4/3/2024

Número de palabras: 6681
Número de caracteres: 43.704

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Estudio de caso Galerza.-3.docx Estudio de caso Galerza.-3 #10024 <small>El documento proviene de mi grupo</small>	6%		Palabras idénticas: 6% (417 palabras)
2	www.netlife.ec NETLIFE, reconocida como una de las Mejores Empresas para Jóve... <small>https://www.netlife.ec/netlife-reconocida-como-una-de-las-mejores-empresas-para-jovenes-profesio...</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
3	blog.hubspot.es Qué es el servicio al cliente y cómo brindarlo de forma excepcio... <small>https://blog.hubspot.es/espanol/buen-servicio-a-clientes</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
4	www.triario.co 10 estrategias de servicio al cliente efectivas <small>https://www.triario.co/blog/estrategias-de-servicio-al-cliente-efectivas</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
5	www.zendesk.com.mx Atención al cliente virtual: que es y 8 consejos para el éxito <small>https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-virtual/</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.zendesk.com.mx Atención al cliente online: entiende su importancia y por... <small>https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-y-servicio-al-cliente-online/</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
2	www.netlife.ec NETLIFE CELEBRA SU ANIVERSARIO NO. 11 COMO LA MEJOR COM... <small>https://www.netlife.ec/netlife-celebra-su-aniversario-no-11-como-la-mejor-compania-teleo-del-ecu...</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.expandiatam.com/blog/servicio/estrategias-de-servicio-al-cliente/>
- <https://www.netlife.ec/netlife-ocupa-el-1er-lugar-como-la-mejor-compania-del-sector-teleo-en-ecuador/>
- <https://www.concur.com.mx/blog/articulo/estrategias-para-mejorar-el-servicio-mx>
- <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- <https://www.zendesk.com.mx/blog/servicio-al-cliente/>

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

**Ing. Juan Ortiz
Campi, MAE.
DOCENTE DE
LA FAFI.**