



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2017 – MARZO 2018

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERIA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL

TEMA:

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA REPRESENTACIONES R.
SORIA DEL CANTÓN BABAHOYO**

EGRESADA:

VIVIANA MARICELA PALACIOS VILLAMAR

TUTOR:

ING. JORGE JOFRE MIRANDA MEJÍA Ms.

AÑO 2018

Introducción

Representaciones R. Soria, está ubicada en la ciudad de Babahoyo, provincia de los Ríos, en las calles García Moreno 1223 entre Olmedo y Mejía donde realiza la venta de materiales de construcción.

El 13 de Noviembre de 1978 el señor Rafael Soria Avellán decide fundar la empresa de venta de materiales de construcción, quien la administra personalmente. En nuestro país el sector de la construcción se extiende cada día más se puede evidenciar que la carencia de inversión es el único problema que presenta ya que en Babahoyo la mano de obra existe por ende el índice de desempeño es alto.

Representaciones R. Soria como comercializadora de materiales para la construcción en general en general ofrece al mercado nacional, ventas al por menor de artículos de ferretería, materiales de prefabricados para armado casero, material eléctrico, perfilerías, líneas de pinturas entre otras.

La principal competencia de Representaciones Soria proviene de los diferentes distribuidores autorizados como es Disensa, ya que en la actualidad han surgido empresas afines a la empresa, con el objetivo de captar el mercado y mantener un posicionamiento dentro del mercado de la construcción.

Entre los problemas que se evidencia en la empresa Representaciones Soria es la carencia de atención al cliente por parte de los empleados, la ausencia de motivación de los mismos al no contar con capacitaciones que ayuden a mejorar el servicio que la empresa ofrece en cuanto a los productos ofertados, el desinterés por parte de los administradores en no prestar la debida seguridad industrial a sus colaboradores.

Representaciones R. Soria no cuenta con un sistema contable favorable, no utilizan procedimientos y técnicas computarizadas actualizadas y que este a la par de este mundo cambiante y globalizado, y estrategias de marketing que disminuyen el nivel de ventas, situación que es preocupante.

El presente estudio de caso se enmarca en la sublínea de investigación Modelo de Gestión Administrativa, ya que equipara la realización de los procesos de atención al cliente de Representaciones R. Soria, con la finalidad de que las autoridades pertinentes tomen las medidas correctivas en cuanto las técnicas, procedimientos y análisis necesarias dentro de la organización.

La metodología que se utilizo fue la cualitativa por ser más flexible, abierta y el diseño se compone a las condiciones del escenario o ambiente.

Las técnicas que se utilizó fueron la entrevista y la encuesta que se la ejecutó con el propósito de recabar la información necesaria de parte de los colaboradores y

directivos de la empresa, revelando cuáles son sus dificultades y desengaños dentro de la organización donde ellos ejercen sus actividades laborales diarias.

Desarrollo

Representaciones R. Soria, está ubicada en la ciudad de Babahoyo, provincia de los Ríos, en las calles García Moreno 1223 entre Olmedo y Mejía donde realiza la venta de materiales de construcción. El 13 de Noviembre de 1978 el señor Rafael Soria Avellán decide fundar la empresa de venta de materiales de construcción, quien la administra personalmente. En nuestro país el sector de la construcción se extiende cada día más y puede evidenciar que la carencia de inversión es el único problema que presenta ya que en Babahoyo la mano de obra existe por ende el índice de desempeño es alto.

Evidenciando la problemática dentro de Representaciones R. Soria, las estrategias de marketing disminuyen el nivel de ventas, situación que es preocupante para el directivo de la empresa, afectando la atención al cliente ya que los empleados tienen un trato déspota y altanero ante los usuarios que compran las mercaderías que existen en la empresa.

Representaciones R. Soria no lleva una revisión de las ventas que se llevan a diario, reportes de ventas, productos en stock, debido a que todos estos ingresos son manuales. Otras de las causas que afecta a la empresa es que no dispone de estrategias de precios, de marketing en lo que se refiere con la publicidad, promoción,

la segmentación del mercado las cuales ejercen un fuerte impacto en los clientes que concurren a esta casa ferretera.

Según García (2014) indica que: “La otra vertiente de la función comercial es la de ventas. Esta es otra función o subfunción que, dentro del departamento comercial, se desarrolla estableciendo relaciones o contactos entre la empresa y mercado” (p. 20).

Representaciones R. Soria no cuenta con procesos automatizados de buena calidad, ya que solamente tiene un sistema de facturación sencillo, teniendo como consecuencia falencias en el momento de llevar el control de inventarios en la bodega y así poder dar de baja a los productos ya vendidos, permitiendo que la empresa opere con un control en todos los procesos de venta.

Según RUIZ, MERINO, & CRIADO (2014) establecen que: Las primeras definiciones de marketing van encaminadas a mitigar un sentimiento general negativo que existía hacia el marketing a considerar que tiene como objetivo exclusivamente aumentar el beneficio empresarial. De hecho, estas definiciones se concentran en presentarlo como un instrumento empresarial que permite satisfacer las necesidades que tienen los consumidores. (p. 2)

Representaciones R. Soria no dispone de un departamento de marketing que ayude a mejorar las estrategias de ventas, los beneficios de adquirir un producto

determinado y las promociones de las marcas que son distribuidas por la empresa, afectando a los usuarios al no tener una idea clara de cuales son los productos que la empresa ofrece al consumidor, es necesario que la compañía utilice herramientas de marketing para atender las necesidades del cliente de modo que este se sienta satisfecho con la atención que recibe, la empresa ha descuidado el área de entrega de pedidos en las fechas requeridas, esto ha provocado que los clientes se sientan inconformes y por tanto prefieran a otro proveedor que cumpla con sus pedidos a tiempo.

Representaciones R. Soria presenta falencias en la atención al cliente ya que los colaboradores no están instruidos para satisfacer las necesidades del usuario, estos son déspotas y altaneros al momento que los clientes se acercan a solicitar información sobre los productos ofrecidos, teniendo como efecto que la empresa pierda de vender por la inadecuada actitud que los empleados demuestran. Muchas veces los usuarios llaman a los teléfonos de la empresa y no reciben respuesta alguna por parte de las personas que laboran en ella ya que no responden a las llamadas. En ocasiones los clientes solicitan a los empleados de la empresa alguna ayuda adicional a lo que ellos están realizando pero estos se niegan y solo demuestran ignorancia hacia el usuario.

Según Montes Alonso (2010) establece que: “Las relaciones humanas no son los incentivos dinerarios los que mejoran el desempeño de los trabajadores, sino que es el

orgullo de grupo y el trato de favor y atención por parte de los responsables lo que aumenta la motivación de los trabajadores y se refleja en una mejora en la productividad” (p. 4).

Por otra parte las relaciones humanas en Representaciones R. Soria no son del todo favorables entre el Gerente y los colaboradores ya que muchas veces existen discusiones entre ambas partes, afectando el bienestar de la empresa y por ende de los trabajadores al ser despedidos a causa de los inconvenientes presentados a diario en la compañía.

Según Mendivil (2013) establece que:

Para que pueda realizarse una atención al cliente, siempre de manera previa ha debido existir una información al cliente, es decir, para que exista una postventa previamente ha debido realizarse una venta. El fin último de este proceso, es conseguir una satisfacción plena y una fidelización a nuestra organización por parte del cliente. (p. 10)

Existe el desinterés de los empleados de Representaciones R. Soria de ofrecer una excelente atención al cliente, ya que no disponen información acerca del producto o material ofrecido por la empresa, los colaboradores deben satisfacer las necesidades de los usuarios ya que el cliente siempre tiene la razón.

Se evidencia en Representaciones R. Soria, la carencia de motivación en los colaboradores, debido a que los directivos no aplican ningún tipo de incentivo o a su

vez con reconocimientos de logros a los trabajadores, causando el desinterés a las actividades encomendadas.

Según Sánchez (2012) manifiesta que: “La motivación es un impulso interior que nos empuja a hacer un esfuerzo adicional encaminado a conseguir algo. Las motivaciones pueden ser variadas y diferentes para cada persona, y en cada etapa de su vida” (p. 52).

Los empleados de la empresa no disponen de motivación, ya que no cuentan con un incentivo que los impulse a realizar su trabajo como es debido. Los colaboradores son obligados a trabajar horas extras que no son remuneradas por el gerente, estos realizan determinada tareas y ellos no reflejan ningún beneficio a favor ni en salarios ni en permisos, esto hace que ellos no ofrezcan un buen servicio a sus clientes y les genera un castigo poco deseado. Muchas veces falta un empleado y el trabajo del mismo es encomendado a otro pero sin recibir alguna remuneración por la labor realizado.

Los empleados de la empresa Representaciones R. Soria no dispone de Seguridad Industrial ya que al momento de realizar el trabajo dispuesto se exponen a peligros por la razón de laborar con materiales de riesgos como zinc, correas, materiales de sanitarios, material eléctrico, etc., teniendo como efecto que sufran algún accidente al realizar trabajos fuera del lugar que laboran, provocando que un vehículo los impacte

ya que de la empresa no es acorde y espaciosa para elaborar los pedidos que los usuarios solicitan como es armado de varillas, zinc entre otros.

Según AGULLÓ (2015) establece que:

La seguridad en el trabajo es la disciplina preventiva que estudia los riesgos y las condiciones de trabajo que pueden afectar, directa o indirectamente, a la integridad física de los trabajadores. Es la especialidad que lucha contra los accidentes de trabajo. (p. 116)

El gerente de la empresa no les facilita implementos de cuidado corporal como son cascos, botas, las escaleras que usan no son lo suficientemente seguras al momento de utilizarlas, provocando una caída la cual le puede costar la vida.

La comunicación en Representaciones R. Soria no es efectiva entre el gerente y los empleados, cuenta con un jefe que obstaculiza el trabajo de los empleados hacia los clientes, teniendo como causa los gritos y reclamos al momento de socializar con ellos, esto hace que el trabajo no se realice igual y en muchas ocasiones estos se ven obligados a renunciar y buscar otro empleo debido a que la comunicación entre ambas partes resulta inhóspita. El gerente no considera que sus empleados sean buenos o que estén calificados para desempeñar el debido puesto dentro de empresa.

Según Ignacio (2014) manifiesta que: “La comunicación abierta en la que se expliquen las razones del cambio y su conveniencia ayuda a ganar confianza y credibilidad, ya que permite que los trabajadores sigan y entiendan la lógica del cambio” (p.134).

Los empleados de Representaciones R. Soria no disponen de capacitaciones acerca de ventas, sobre todo en las líneas de materiales de construcción, gasfitería entre otros, teniendo como efecto que el cliente no se siente motivado por la decisión de comprar.

Según Zermeño & Garza (2013) establecen que:

La decisión de la capacitación laboral también se analiza desde el punto de vista de la psicología social y se denomina “empresarialidad”, es decir, “perfil empresarial” en donde se configura la forma de un individuo de ver la empresa y de verse a sí mismo como empresario. (sec. 5)

Los empleados de Representaciones R. Soria, no disponen de capacitaciones acerca de los productos que oferta, para que los colaboradores tengan conocimientos sobre lo que están vendiendo, el gerente no solicita dicha información a los proveedores de los materiales adquirido para la venta, muchas veces el cliente se va insatisfecho por la inadecuada atención que estos les ofrecen, desistiendo en la compra del material, buscando otra empresa que les facilite la información del producto requerido.

La empresa Representaciones R. Soria no cuenta con una página web en las redes sociales donde los clientes puedan informarse sobre los productos ofertados y así se les facilite las dudas e inquietudes que algunos presentan, ocasionando a la empresa poca venta, ya que hoy en día las personas se informan vía redes sociales y es mucho más fácil comprar.

Según Castaño & Jurado (2016) manifiestan que: “Gozar de presencia en la web es indispensable, para las empresas; no solo se trata de estar presente, sino de conseguir un espacio que represente a la organización, transmita sus valores generando confianza en los clientes” (p. 107).

La empresa Representaciones R. Soria debería contar con una página Web ya que es una herramienta necesaria y útil para el cliente la cual le ayuda a conocer los productos y las promociones que se ofrecen en la actualidad. Este sitio web, es la mejor solución que controlara todos los procesos que la empresa realice como compra y venta, permitiendo el manejo eficiente al negocio cumpliendo con los objetivos propuestos por el gerente de la empresa.

Los procesos que posee Representaciones R. Soria no son apropiados ya que no se ha establecido las medidas necesarias y pertinentes para solucionar ciertas insuficiencias de acuerdo a los procedimientos utilizados por la empresa, existe falencias en el área de coordinación de la calidad del servicio al cliente debido a que

las personas encargadas tienen poco conocimiento y no pueden desempeñar a cabalidad sus obligaciones.

Según Velasco (2010) manifiesta que: “El término proceso lleva implícita la orientación del esfuerzo de todos al cliente y el término gestión da por supuesta la búsqueda de objetivos de mejora” (p. 14)

En la actualidad la empresa no dispone de procesos estructurados, en relación a la coordinación del servicio, los informes de las ventas se elaboran en hojas de cálculo en Excel, los mismos que se desarrollan sin formulas, teniendo como consecuencia una labor tediosa al encontrar la información, ocasionando demoras en los servicios.

Se evidencia en Representaciones R. Soria, la carestía de un líder que dé a conocer las parvedades de los empleados, aprovisionando las oportunidades y apoyo para lograr la satisfacción en los empleados, ya que al no contar con la motivación en los trabajadores estos no responderán a los clientes con la actitud apropiada.

Según Byler (2014) indica que:

Las cualidades de líder son las habilidades que hacen que otros deseen seguir al líder e incluyen un amplio espectro de habilidades tales como saber cómo conectarse con los demás, cómo comunicar la visión, cómo establecer metas y cómo manejar bien el tiempo,

entender a diferentes tipos de personas, preparar a otros, formar equipos de trabajo, cómo manejar conflictos, etc. (p. xi)

Al no disponer Representaciones R. Soria de un líder que tenga la capacidad y la perseverancia en influir en los empleados a trabajar en equipo cumpliendo a cabalidad con las actividades encomendadas, logrando que el colaborador de los mejor de sí y trabaje con entusiasmo para así alcanzar las metas y los objetivos propuestos por la empresa.

En Representaciones R. Soria a los empleados no se les reconoce las horas extras cuando realizan actividades laborales fuera de las horas indicada del trabajo, generando el desánimo de sus empleados al solicitar a la autoridad pertinente la gratificación por el cumplimiento de las horas trabajadas, motivándolos a realizar sus tareas con cuidado, consagración y compromiso.

Según López (2015) establece que: Horas extraordinarias son aquellas horas que el trabajador realiza efectivamente superando la duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo.

Mediante convenio colectivo o, en su defecto, contrato individual, se optará entre abonar las horas extraordinarias en la cuantía que se fije, que en ningún caso podrá ser inferior al valor de la hora ordinaria, o compensarlas por tiempos equivalentes de descanso retribuido. (p. 72)

En Representaciones R. Soria existe el desinterés por parte del gerente al no incentivar a sus empleados con beneficios que aporten al progreso personal e institucional, teniendo como causa que el personal se desmotive y no cumplan con una productiva y merecida labor, concibiendo una apatía ante el usuario que visita las instalaciones del comercial, otra de las causa que presenta la empresa es que no dispone de los servicios de un supervisor que inspeccione las funciones de los empleados evitando en el futuro funestos entendidos que puedan ocasionar conflictos legales y por ende la empresa se verá afectada en su parte financiera.

Según Hernández & Castro (2014) manifiestan que: Un puesto es una unidad o agrupamiento de responsabilidades, tareas y funciones, más o menos homogéneas, que saturan hasta cierto punto las posibilidades de una persona normal. Esto significa que, normalmente, las diferentes responsabilidades de un puesto apuntan hacia un resultado general que engloba los resultados que aparecen en las responsabilidades del puesto. (p. 38)

Se evidencia en Representaciones R. Soria, que no existe un programa de inducción para incorporar al nuevo personal a su puesto de trabajo, en donde se le brinde la bienvenida y la información primaria y así mismo le sean dados a conocer las políticas y procedimientos de servicio al cliente a seguir, que han sido determinada por el gerente propietario.

Según Asensio-Cuesta, Ceca, & Más (2012) indican que: “La rotación de puestos de trabajo ha sido analizada desde diferentes perspectivas. Se ha estudiado su repercusión sobre el aprendizaje de los trabajadores, así como su capacidad para proporcionar información a las empresas acerca de las capacidades de sus empleados” (p. 312).

Los empleados de representaciones R. Soria desconocen la función que deben efectuar en sus puestos de trabajo, ya que la empresa se evidencia la ausencia de la descripción y análisis de los puestos, ya que no disponen de un manual de funciones, cuyo propósito es la de detallar cada puesto de trabajo para que los empleados adquieran los debidos conocimientos en las actividades a realizar por el cual fue contratado, y así mismo que los colaboradores asuman las responsabilidades, y obligaciones cumpliendo con las expectativas de la empresa.

Otra de las causas en Representaciones R. Soria, no incentiva a los empleados con incentivos monetarios o reconocimientos de logros al mérito obtenido por un buen trabajador o compañero de labor, estos incentivos ayudaran a los colaboradores a fortalecer los lazos de confraternidad y crear fidelidad hacia la empresa.

Otro de los puntos débiles es que la empresa no utiliza ningún mecanismo de control para medir la satisfacción del cliente interno y externo y las acciones que realizan no son suficientes para satisfacer las necesidades de los mismos.

Según Ruiz (2013) indica que: “Una vez instalado el sistema de incentivos salariales, la empresa debe aceptar la responsabilidad de mantenerlo. Administrar un sistema de incentivos exige un juicio objetivo para tomar decisiones y análisis detallado de las quejas entregadas” (sec. 23).

El gerente de representaciones R. Soria no motiva a sus empleados con incentivos monetarios o a su vez con reconocimientos de logros, como al mejor empleado del mes, esta motivación impulsara al colaborador a realizar adecuadamente sus actividades diarias, es de suma importancia que la empresa se exhiba en el cumplimiento de dicho incentivo propuesto por producir y ejecutar en el tiempo establecido lo proyectado, adquiriendo el beneficio personal como institucional.

Se evidencia en Representaciones R. Soria, que no cuenta con misión, visión y objetivos, lo que genera falta de orientación tanto de la parte administrativa como de atención al cliente, ocasionando que la organización no tenga bien definido hacia dónde quiere llegar.

Según Padilla (2015) establece que:

Es la ciencia administrativa y en específico en la administración estratégica el concepto de “visión” significa el efecto de ver o imaginar el futuro de la organización. Es una percepción o representación que se tiene del mañana, a veces es más un deseo o aspiración que un estado real por cumplir.

Por otra parte, la “misión” está relacionada con la facultad de ir a desempeñar algún cometido, con los puntos que se pretenden alcanzar como resultado de una o varias acciones. (pp. 43-45)

Representaciones R. Soria no dispone de misión y visión en la empresa, ya que su definición comparecerá por la alta dirección, en la cual se debe indicar los objetivos corporativos que se tiene a proyectar en un futuro dando a conocer las marcas y los productos de calidad que ofrece la empresa, con la finalidad de satisfacer las necesidades de compra de los usuarios y clientes potenciales, ya que la empresa se encuentra en un mercado competitivo, por lo tanto es fundamental tener un mejoramiento continuo cada día.

En Representaciones R. Soria se evidencia que la empresa no tiene mucho contacto con los clientes ya que no utiliza medios de publicidad, la finalidad de este punto es darse a conocer mediante las promociones que ofrece cada producto y las ventajas del porque adquirir productos de excelente calidad.

Según Lorenzo & Aguerrebere (2013) establecen que: “Una de las funciones asumidas por la publicidad es la promoción de la competencia entre las diferentes empresas, lo que tiene como consecuencia directa la reducción del precio final que los consumidores pagan por los bienes y servicios” (p. 6).

Representaciones R. Soria no utiliza medios de comunicación que a través de la publicidad den a conocer los productos que ofrece la empresa a su distinguida

clientela, es necesario que la compañía utilice vallas publicitarias cuya finalidad es adquirir estrategias de comercialización, para así captar clientes potenciales e incrementar las ventas.

En Representaciones R. Soria se evidencia que durante sus años de funcionamiento no han puesto en práctica estrategias de fidelización, que permita mantener los clientes actuales y potenciales, teniendo como consecuencia que no se pueda conservar una relación estable con ellos, esto afecta el crecimiento de la compañía y por ende los clientes buscaran a la competencia para satisfacer las necesidades buscando nuevos productos de calidad.

Según Sebastián Molinillo Jiménez (2012) indica que:

Fidelizar la relación comercial con el cliente se ha convertido en la actualidad en una premisa fundamental en la gestión del minorista.

Por fidelización entendemos que el comercio, por un lado, proporcione tales y tantos beneficios que logre que el consumidor lo perciba como la mejor alternativa y, por otro, que genera un grado de satisfacción en el cliente tal, que este sea capaz de repetir. (p. 133)

Representaciones R. Soria debe implementar estrategias que le permitan identificar y fidelizar a sus clientes, ayudando a incrementar la satisfacción de los clientes, evitando la disminución del volumen de ventas y optimizar así la rentabilidad de la empresa. Mejorar las

relaciones con los actuales compradores y conocerlos a través de la comunicación efectiva entre la empresa y los empleados.

Representaciones R. Soria no presenta propuestas estratégicas para atender las necesidades del cliente de modo que se sientan satisfecho con la atención que recibe, la empresa ha descuidado las entregas de pedidos en las fechas requeridas, provocando que los clientes se sientan inconformes y prefieran a otro proveedor que cumpla a cabalidad con los despachos correspondientes.

Conclusión

Existe la deserción de los procesos en la empresa, el reconocimiento de logros por el trabajo realizado, alicientes, horas extraordinarias y sin dejar aún lado la seguridad industrial, requisitos que deben prevalecer en Representaciones R. Soria, manteniendo la armonía entre los colaboradores y por ende con el Gerente.

La Gerencia no entrega las herramientas necesarias para salvaguardar la vida de los colaboradores, además no cuentan con capacitaciones necesarias y pertinentes que la empresa debe ofrecer a cada uno de sus empleados para que tengan los debidos conocimientos de cómo atender a los clientes que concurren a esta casa ferretera.

El nivel de desempeño de los empleados de Representaciones R. Soria es servicial pero no eficiente, debido a la deficiente motivación e insatisfacción de los colaboradores, ya que el entorno laboral es pesado, afectando considerablemente el lugar de trabajo.

La atención al cliente por parte de los empleados de Representaciones R. Soria no es eficaz, lo que ha producido inconvenientes y disgustos que se refleja en una aptitud inhóspita hacia los demás e inclusive hacia los usuarios que visitan la casa ferretera, convirtiendo a la empresa en un ambiente difícil de llevar.

Bibliografía

- AGULLÓ, J. R. (2015). *Prevención de riesgos laborales. Nivel básico*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Asensio-Cuesta, S., Ceca, M. J. B., & Más, J. A. D. (2012). *EVALUACIÓN ERGONÓMICA DE PUESTOS DE TRABAJO*. Editorial Paraninfo.
- Byler, J. (2014). *El arte del liderazgo: Desarrolle habilidades para liderar el pueblo de Dios*. Grupo Nelson.
- Castaño, J. J., & Jurado, S. (2016). *Comercio electrónico (2016)*. Editex.
- García, G. L. (2014). *Operaciones administrativas de compraventa (Edición 2014)*. Editex.
- Hernández, J. O. J., & Castro, E. C. (2014). *Administración de la Compensación, Sueldos, Salarios, Incentivos y Prestaciones*. Grupo Editorial Patria.
- Ignacio, D. la C. L. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- López, M. Á. F. (2015). *Cómo confeccionar nóminas y seguros sociales*. Grupo Planeta (GBS).
- Lorenzo, I. F., & Aguerrebere, P. M. (2013). *Gestión empresarial de la agencia de publicidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Mendivil, E. O. de. (2013). *ATENCIÓN BÁSICA AL CLIENTE*. Lulu.com.
- Montes Alonso. (2010). *Selección de Personal*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Morales, J. C. (2013). *Sistemas de información en la empresa*. Editorial UOC.

- Padilla, V. M. G. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. Grupo Editorial Patria.
- RUIZ, G. E., MERINO, M. F., & CRIADO, J. I. A. (2014). *Políticas de marketing*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Ruiz, J. A. C. (2013). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Marcombo.
- Sánchez, P. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Editex.
- Sebastian Molinillo Jimenez. (2012). *Distribución comercial aplicada*. ESIC Editorial.
- Velasco, J. A. P. F. de. (2010). *Gestión por procesos*. ESIC Editorial.
- Zermeño, M. G. G., & Garza, L. A. de la. (2013). *Administración de proyectos de capacitación basados en tecnología*. Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.

ANEXO

ANEXO # 1

Encuesta # 1 realizada a los clientes de Representaciones R. Soria

1.- Conoce que tipo de promociones tiene Representaciones R. Soria?

Si

No

2.- ¿Cree usted que la ubicación de Representaciones R. Soria se encuentra estratégicamente?

Si

No

3.- ¿Los productos de Representaciones R. Soria satisfacen sus necesidades?

Si

No

4.- ¿Conoce usted las líneas de productos que vende Representaciones R. Soria?

Si

No

5. ¿Considera que los precios que ofertan en Representaciones R. Soria son?

Altos

Bajos

Normal

6. ¿Con que frecuencia compra usted en Representaciones R. Soria?

Diaria ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

7. ¿A la hora de comprar materiales de construcción o ferretería en general que es lo que usted más valora?

Precio ()

Calidad ()

Marca ()

Atención ()

8.- ¿A través de qué medios llegó a conocer Usted la existencia de Representaciones R. Soria?

Radio ()

Televisión ()

Prensa ()

Otros ()

9.- ¿Cuál es la línea de productos que más compra?

Material de construcción ()

Material Eléctrico ()

Ferretería en general ()

Material de Pintura ()

ANEXO # 2

Encuesta # 2 aplicada a los empleados de Representaciones R. Soria

1. ¿Conoce usted cuáles son las estrategias que se utilizan Representaciones R. Soria?

Estrategias de producto ()

Estrategias de precio ()

Estrategias de publicidad ()

Estrategias de promoción ()

2.- ¿Conoce Usted, el horario de atención al cliente que ofrece Representaciones R. Soria?

Si ()

No ()

4.- ¿En Representaciones R. Soria quién realiza el proceso de contratación?

Dueño ()

Encargado de tienda ()

Departamento de Recursos Humanos ()

Otro (especifique)_____

5.- Recibió usted algún tipo de capacitación por parte de la empresa previo a desempeñar las labores que le correspondían?

Si

No

6.- ¿Recibió usted algún tipo de orientación sobre relaciones humanas en cuanto a la atención del cliente?

Si

No

7.- ¿Usted como colaborador de la empresa ha observado algún tipo de motivación que lo anime a desarrollar un mejor trabajo?

Si

No

8.- ¿Le da participación su jefe a usted para que aporte nuevas ideas relacionadas a su trabajo?

Si

No

9.- ¿Considera usted que la presencia de su jefe en la empresa influye en su comportamiento o desenvolvimiento dentro de su trabajo?

Si ()

No ()

