



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

MAYO 2019 – SEPTIEMBRE 2019

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SUPERMERCADO DISMERO DE LA CIUDAD DE
BABAHOYO**

EGRESADA

KAREN DANIELA MORAN CHICA

TUTOR

ING. JORGE JOFFRE MIRANDA MEJÍA

AÑO 2019

INTRODUCCIÓN

El supermercado Dismero S.A de la ciudad de Babahoyo, está dirigido por el Señor Marcelo Roberto Medina Parra y es una empresa privada que tiene alrededor de 24 años en el mercado, está ubicada en las calles García Moreno entre Juan Montalvo y Pedro Carbo, esta empresa fue creada en el año 1996 como un pequeño negocio familiar dedicado a la comercialización de productos de consumo masivo y actualmente es uno de los supermercados más grandes de la ciudad, además es una empresa que se centra básicamente en satisfacer la demanda que tiene la ciudadanía con una gama de productos de la mejor calidad y con los mejores precios.

Al hablar de atención al cliente se refiere al servicio que brinda una empresa hacia sus clientes, ya que debería brindar un buen servicio antes, durante y después de la compra para que se sienta satisfecho y perciba que fue de calidad; por otro lado el éxito de una empresa dependerá de la solución o ayuda que preste para satisfacer las inquietudes o demandas de sus clientes, ya que el problema central del Supermercado es la insatisfacción de los clientes por el servicio que reciben por parte de los empleados.

El presente estudio de caso tiene como objetivo determinar cuáles son las causas que generan insatisfacción en los clientes del supermercado Dismero S.A de la ciudad de Babahoyo, y para ello se utilizó la técnica de encuestas como herramientas para la obtención de información, las mismas que estuvieron dirigidas hacia los clientes que tiene el supermercado.

Este trabajo se enmarca en la sublínea de investigación modelos de gestión administrativa, puesto que mediante ella se analizara la eficiencia del servicio de atención al cliente dentro de la empresa, por lo tanto después de haberlo realizado se afirma que los resultados que se obtuvieron fueron que clientes se encuentran insatisfechos con el servicio brindado por parte del personal que labora en el lugar, además de que consideran que el tiempo que esperan no es compensado con la calidad del servicio q reciben.

DESARROLLO

En la ciudad de Babahoyo existen muchos comerciales que con el pasar de los años han ido evolucionando en desarrollo y volumen, gracias a ellos se genera el crecimiento de la economía en la ciudad y en la actualidad esto ayuda en la creación de empleo y a su vez satisface la demanda existente.

Como lo define (Moreno, 2015) “Emprender es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone. Es prácticamente imposible hablar de este asunto y no relacionarlo con el término de innovación ya que son indispensables y cuando se unen la organización solo tiene que celebrar”.

Emprender es un factor importante para el desarrollo económico y generador de cambio e innovación. El objetivo de las empresas privadas siempre será incrementar las ventas para aumentar rentabilidad y de esa manera obtener mayores beneficios, el crecer de manera económica hace énfasis a las formas que existen para satisfacer las necesidades de los clientes ya que de ellos depende la existencia de la empresa en el mercado competitivo.

Dismero S.A fue creado en el año 1996 con el objetivo de satisfacer la necesidad de abarrotes en la provincia de Los Ríos y Guayas; abrió sus puertas en la Ciudad de Babahoyo en 1998 con el nombre de Comercial Medina y finalmente en el año 2005 se constituyó como la compañía Dismero S.A convirtiéndose en uno de los supermercados mayoristas de productos de consumo masivo de la Ciudad de Babahoyo.

Dismero S.A es uno de los supermercados mayoristas más grandes de la Provincia de Los Ríos se encuentra ubicado en la Ciudad de Babahoyo en las calles García Moreno entre Juan Montalvo y Pedro Carbo, y es una institución que cada día trabaja por convertirse en una de las empresas más importantes de la ciudad por su gestión en cuanto a la cantidad de productos y servicios que la comunidad requiere, fue creada con el propósito de satisfacer la demanda que tiene la ciudadanía con una gama de productos de la mejor calidad y con los mejores precios, los mismos que permiten brindarle a sus clientes la mejor atención. Es por ello que uno de sus objetivos es mejorar sus servicios para lograr la satisfacción del cliente. (Dismero S.A, s.f.)

La satisfacción del cliente juega un papel imprescindible ya que de ellos depende la vida de la empresa, por lo tanto (Gosso, 2010) manifiesta que: “La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa”. Un supermercado se debe caracterizar por ser presentable en todos los aspectos, buscando de esa manera incentivar la entrada a los clientes, ya que es allí donde inicia la buena atención para cumplir sus expectativas y que puedan encontrar todo lo que necesitan.

El objetivo por el que se realizó este trabajo de investigación fue para conocer la calidad de atención al cliente en el supermercado Dismero de la ciudad de Babahoyo, teniendo en cuenta que los clientes esperan recibir por parte de los empleados que laboran en el lugar un servicio de calidad y excelencia, el mismo que debe ser brindado de una manera adecuada para lograr así la satisfacción de los clientes, teniendo en cuenta que ellos son la parte más importante de la empresa.

En el supermercado Dismero específicamente en el área de caja que es donde los empleados tienen contacto directo con los clientes, se evidencia la falta de compromiso por parte del personal que labora en esa área, debido a que los clientes manifiestan que tienen que realizar largas filas porque los cajeros demoran mucho al momento de realizar los respectivos cobros; entendiéndose por compromiso “a la capacidad que tiene el ser humano para tomar conciencia de la importancia que tiene cumplir con el desarrollo de su trabajo dentro del tiempo estipulado para ello” (Ana-Business & Marketing School, 2015). Por la insatisfacción de los clientes se puede notar que el personal no se encuentra comprometido con su trabajo, ni con la organización.

Además, también sucede que los clientes tienen que esperar mucho tiempo para poder cancelar sus productos y eso provoca molestias porque consideran que el personal que realiza los respectivos cobros no está completamente capacitado para realizar su trabajo de manera rápida y eficiente. Entendiéndose por capacitación al “proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos” (CHIAVENATO, 2007). Teniendo en cuenta que la capacitación es una actividad que se basa en las necesidades reales de los trabajadores y tiene como objetivo contar con conocimientos actualizados que permitirán tener un mejor rendimiento en su trabajo y lograr así la satisfacción de los clientes. Como consecuencia de la deficiente capacitación la satisfacción de los usuarios disminuye y posteriormente se generan las quejas en cuanto al servicio brindado por el supermercado.

Muchas veces la atención o el servicio que prestan los empleados de la empresa a los clientes no es la más adecuada, pero esto se da cuando no existe un personal totalmente motivado y comprometido, teniendo en cuenta que un empleado motivado realiza de una mejor manera su

trabajo, por ello se puede decir que la empresa debe tener en cuenta ese aspecto para que la atención al cliente mejore.

(Gelabert, 2014) La motivación puede definirse como lo que impulsa, dirige y mantiene el comportamiento humano. En el ámbito laboral se alude al deseo del individuo de realizar un trabajo lo mejor posible. Este impulso a que nos referimos origina que se desencadene el proceso de motivación, debido a un estímulo externo o bien una reflexión. Ante un estímulo proporcionado a una persona, esta reaccionara de una manera u otra dependiendo todo de lo que podemos llamar su patrón de comportamiento.

Debido a la falta de motivación se reflejan comportamientos y actitudes inadecuadas por parte del personal, lo mismo que causa baja productividad, bajo rendimiento y además existe un mal clima laboral en la empresa por la falta de comunicación y porque los lideres no muestran empatía por sus colaboradores. “La comunicación interna puede definirse como el uso planeado de acciones de comunicación para influenciar sistemáticamente el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de los empleados actuales, fomentando su participación y ayudando a generar cambios” (Elorriaga, 2018).

También se evidencia la falta de paciencia por parte del personal con los clientes, teniendo en cuenta que la paciencia se refiere “al valor que hace a las personas más tolerantes y que las capacita para comprender y sobrellevar los contratiempos y las adversidades con fortaleza” (Portal Educando, 2014). Esto sucede debido a que muchas veces al momento de cancelar los productos los clientes se dan cuentan que no tienen el dinero suficiente para hacerlo, por lo cual tienen que devolver productos y es allí cuando los empleados suelen molestarse

porque tales productos quedan en las cajas y son ellos los que deben acudir a devolverlos a sus respectivas perchas.

El confort y la temperatura son dos aspectos a tener en cuenta al momento de que el cliente se encuentre cómodo en la empresa. “El primero hace referencia al ambiente y el segundo al acondicionamiento y ventilación del lugar”(Pisonero, 2014). Estos aspectos son importantes para que el cliente se sienta satisfecho y sobre todo cómodo durante el tiempo que deba permanecer allí, mientras espera poder cancelar sus respectivas compras.

El cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio (Instituto Tecnológico de Sonora, 2014, págs. 1-9). Por lo tanto es necesario tener en cuenta las opiniones de los clientes a la hora de atenderlos para que ellos sientan que lo que dicen es importante y sobre todo tomado en cuenta, sabiendo que esto ayuda a mejorar la calidad del servicio de la empresa en general.

Se puede observar que desde hace muchos años la satisfacción del cliente ha sido una parte fundamental dentro de las empresas (Denton, 1991) afirma que “La satisfacción del cliente aparece cuando una compañía se centra en la calidad del servicio, porque la satisfacción de los clientes origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los clientes y de imagen corporativa”. Todo esto viéndolo desde el punto de vista de que las personas antes de adquirir un producto o un servicio, está buscando calidad en lo que desean.

Pero más allá de tener un servicio o producto de calidad, de satisfacer necesidades, deseos y expectativas, también las empresas tienen que generar ideas, crear nuevas estrategias que permitan dar solución a los diferentes tipos de necesidades que se presenten día a día por parte de los clientes, una de esas estrategias sería formar y preparar a los empleados porque mediante ella “se evalúa a los empleados y garantiza que posean la disposición y el conjunto de habilidades para ayudar a respaldar un entorno de servicio al cliente sólido”. (Cabada, 2018) Porque está claro que es imposible tener un cliente satisfecho si no se logra cubrir las necesidades que tenga

La atención que se le dé a un cliente deberá ser la mejor ya que de ellos dependerá que se mantenga la imagen y reputación de la empresa, además de que ellos queden completamente satisfechos con el servicio o producto brindado, pero esto va a depender principalmente de las políticas de atención al cliente y de calidad que maneje o tenga la institución, y estas deberán involucrar a todo el personal de la misma; es decir desde la alta dirección hasta los empleados que tienen contacto directo con los clientes, ya que el tiene muchas expectativas acerca del producto que requiere, es por eso que el espera calidad y excelencia en el mismo.

Otros de los problemas que se presentan es la rotación del personal sin la debida capacitación, los clientes manifestaron que hay empleados que no deberían estar en ese puesto de trabajo porque no lo realizan de la manera adecuada, pero esto se da porque muchas veces la empresa rota al personal porque ha realizado algún despido, por vacaciones, por enfermedades, etc. pero si no están debidamente capacitados para cubrir ese puesto no serán de ayuda para los clientes y eso generara insatisfacción y malestar. Según (Escuela de Organización Industrial , 2015) “La rotación del personal se refiere a la salida de los trabajadores de la organización por

diferentes motivos, ya sea por renunciaciones o despidos y estos puestos de trabajo serán ocupados por diferentes personas en un intervalo de tiempo determinado”. Es decir con qué frecuencia un empleado debe permanecer o ser remplazado en la empresa.

La rotación del personal puede ser voluntaria, involuntaria o inevitable, la primera se refiere a cuando un empleado renuncia por sí mismo a la empresa sea por una mejor opción de trabajo, por un nuevo cargo, o por situaciones familiares; a diferencia de la involuntaria que se da cuando la empresa realiza un despido sea por reducción o recorte de personal, por mala conducta o por bajo desempeño, y la inevitable se refiere a decisiones netamente del empleado.

Para el supermercado Dismero la satisfacción de los clientes es una parte fundamental e importante para su desarrollo, porque ellos tienen claro que será por medio de sus clientes que llegaran al cumplimiento de los objetivos esperados, por lo que se puede afirmar que la empresa debe contar un sistema de la Organización Internacional de Estandarización (ISO9000). “La cual busca brindar orientación y herramientas a las empresas y organizaciones que desean garantizar que sus productos y servicios cumplan con los requisitos del cliente y que la calidad se mejore constantemente” (Organización Internacional de Normalización, 2015) . Esta norma permitirá ofrecer todo lo necesario para lograr satisfacer al cliente en torno a la calidad.

Se puede mejorar la calidad de la atención si la empresa enfoca su responsabilidad en los clientes, capacitando a los empleados para que se sientan comprometidos con la institución, y sobre todo haciendo que se cumplan netamente las políticas de la misma; una buena manera de poder lograr una mejor atención hacia el cliente es tener la estrategia de ubicar a las personas adecuadas en los lugares adecuados y con la debida capacitación, ya que eso ayudara a marcar la

diferencia con las demás empresas, debido a que de esa manera se podrán evitar problemas futuros logrando así la satisfacción total del cliente.

En ciertas ocasiones los empleados específicamente los cajeros y empacadores se sienten inconformes porque se van a almorzar muy tarde y el tiempo que les dan para hacerlo es poco esto suele suceder en épocas de quincena, fin de mes o feriados donde la atención de las cajas no es eficiente ya que no abastecen por la gran demanda de clientes que posee el lugar y no pueden dejar sus puestos vacíos por mucho tiempo, debido a ello el trabajo se vuelve tedioso y no se puede suprimir los obstáculos que esto ocasiona; un gran porcentaje de clientes son mayoristas, los cuales se proveen de mucha mercadería en cada compra, sin embargo existen usuarios que van por un par de productos y debido a la espera les toca abandonar su compra, como consecuencia de esto se refleja una atención al cliente inadecuada.

Las empresas en la ciudad de Babahoyo compiten por tener mayor cantidad de clientes en aspectos como precios, calidad, tecnología; etc. pero no es solo eso lo que garantiza que el cliente se sienta satisfecho con un servicio o producto, lo más importante para ellos es como el personal de la misma los atiende y por ese hecho es que las empresas empiezan a perder clientes.

También se pudo observar que existen conflictos laborales, los mismos que son muy comunes dentro de las empresas estos son causados por diferencias de opiniones, culturas, costumbres, e incluso por la manera de realizar sus labores diarias; lo que causa un ambiente de estrés que genera malestar en el personal.

(Coronel, 2013) Afirma que las existencias del conflicto de trabajo se pueden considerar como un fenómeno habitual, al coexistir en el mundo de las relaciones laborales dos componentes claramente contrarios, de una parte, los empresarios y de otra los trabajadores, donde los intereses son contrapuestos. Estos conflictos se generan también por la falta de cooperación entre los niveles administrativos y operativos del supermercado.

Cabe mencionar que para la realización de este estudio de caso se utilizó la técnica de encuestas para la recolección de los datos, las cuales estuvieron dirigidas a los clientes del supermercado, por lo tanto al analizar los resultados se obtuvo la siguiente información.

En base a las encuestas realizadas se afirma que el 69% de los clientes no se encuentran totalmente satisfechos con la atención que reciben por parte de los empleados del supermercado, por lo que mencionan que visitan el lugar por sus accesibles precios y no necesariamente por la rapidez al momento de pagar y mucho menos por la atención.

Por medio de la encuesta se logró determinar que los clientes no están en total satisfacción con la atención brindada por parte del personal del supermercado debido a que consideran que el tiempo que tienen que permanecer en el área de caja para la cancelación de los productos es largo. El 62% de las personas a las cuales se les aplicó la encuesta manifestaron que se encuentran insatisfechos con el servicio debido a los problemas que se presentan, lo que nos permite llegar a la conclusión de que solo existe un 38% de clientes satisfechos en el supermercado.

Gracias a esta encuesta también se puede observar que existe un porcentaje alto de empleados que no tienen un buen desempeño, ni cuentan con la capacitación necesaria esperada por el cliente. Los resultados de la encuesta permitieron visualizar que el 64% de las personas encuestadas consideran que el personal del supermercado no cuenta con la debida capacitación para realizar de una manera adecuada sus respectivas actividades.

Además los clientes también manifestaron que el supermercado debería implementar un área dedicada a atender las quejas y reclamos que ellos tengan en relación a la atención que brinda la empresa, considerando que los reclamos son una oportunidad para que una empresa mantenga una buena relación con sus clientes, ya que de ese modo el cliente sentirá que sus opiniones son escuchadas y que son importantes para la empresa.

CONCLUSIONES

Después de un análisis general sobre la información obtenida se pudo concluir que el estudio realizado sobre la atención al cliente en el supermercado Dismero S.A, existe insatisfacción en los clientes con respecto a la atención que reciben por parte de los empleados de la empresa, porque se evidencio que la amabilidad y comprensión del personal son deficientes.

Además, se observó que el supermercado Dismero S.A requiere poner más énfasis e interés en lo que respecta a la calidad del servicio y atención que brinda a la ciudadanía, además de solucionar actuales problemas que día a día aquejan a los clientes que asisten a la empresa.

Se concluye que la calidad de la atención al cliente se ve afectada por la falta de compromiso de los empleados ya que al momento de atender al cliente no se refleja en ellos cortesía y un buen trato, además de que existe una alta rotación de personal que afecta a los trabajadores ya que no pueden desempeñar su trabajo con efectividad.

Se concluye que la falta de un área de quejas en el supermercado Dismero ocasiona que el cliente no se sienta importante, ya que no son atendidas las peticiones y observaciones, considerando que él es el elemento más importante y siempre opinara para el mejoramiento interno y externos de la empresa.

Bibliografía

- Ana-Business & Marketing School. (2015, 07 21). <https://www.esic.edu>. Retrieved from <https://www.esic.edu/empleabilidad/pdf/recursos/el-valor-del-compromiso.pdf>
- Cabada, S. (2018, Agosto 14). *EAE Business School* . Retrieved from <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>
- CHIAVENATO, I. (2007). *Administracion de Recursos Humanos*. Retrieved from <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APREN><http://www.faceauv.cl/revistainternacional/images/2013/educacion/capacitacion.pdf>
- Coronel, M. P. (2013, Marzo).
- Denton, D. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Ediciones Díaz de Santos.
- Dismero S.A. (n.d.). Retrieved 07 30, 2019, from <http://www.dismero.ec/>
- Elorriaga, G. (2018, Agosto 25). Retrieved 07 29, 2019, from <https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/>
- Escuela de Organizacion Industrial . (2015, 04 21). *E.O.I.* Retrieved from <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/04/21/rotacion-de-personal/>
- Gelabert, M. P. (2014). *Gestión de personas 6ª ed.: Manual para la gestión del capital humano en las Organizaciones*. (6ta ed.). Madrid, España: ESIC. Retrieved 07 29, 2019
- Gosso, F. (2010). *hiper satisfaccion del cliente*. (2. Panorama Editorial, Ed.) Mexico. doi:9683816886, 9789683816887

- Instituto Tecnológico de Sonora. (2014). importancia de la calidad del servicio para el funcionamiento de las empresas. *El Buzón de Pacioli*, 1-9.
- Moreno, J. A. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor*. (I. C. Academy, Ed.) Retrieved 07 29, 2019
- Organización Internacional de Normalización. (2015). *ISO*. Retrieved from <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>
- Pisonero, C. T. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid-España: RA-MA Editorial.
- Portal Educando. (2014). la paciencia una clave para el exito. *Educando*. Retrieved from <http://www.educando.edu.do/articulos/estudiante/la-paciencia-una-clave-para-el-exito/>

ANEXO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN
EMPRESARIAL



Anexo #1 Encuesta a los clientes del Supermercado Dismero S.A

1. ¿Cómo considera usted que es la atención al cliente en el Supermercado Dismero?

- | | |
|---------------|--------------------------|
| a. Excelente | <input type="checkbox"/> |
| b. Muy buena | <input type="checkbox"/> |
| c. Buena | <input type="checkbox"/> |
| d. Regular | <input type="checkbox"/> |
| e. Deficiente | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Se siente usted satisfecho con la atención prestada?

- Sí No

3. ¿Qué tiempo considera usted que debería esperar para cancelar sus productos?

- | | |
|-----------|--------------------------|
| a. 15 min | <input type="checkbox"/> |
| b. 20 min | <input type="checkbox"/> |
| c. 25 min | <input type="checkbox"/> |
| d. 30 min | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Cómo considera usted que es el tiempo de espera en el área de caja?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| a. Extremadamente largo | <input type="checkbox"/> |
| b. Largo | <input type="checkbox"/> |
| c. Normal | <input type="checkbox"/> |
| d. Corto | <input type="checkbox"/> |
| e. Muy corto | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Considera usted que el personal está completamente capacitado?

Sí No

6. ¿El supermercado Dismero demuestra compromiso e interés por usted?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Algunas veces
- d. Nunca

7. ¿Los empleados del supermercado dan respuestas que solucionen las quejas y reclamos que usted realiza?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Algunas veces
- d. Nunca

