



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2021 - ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO O FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMERCIO

TEMA:

CALIDAD DEL SERVICIO DEL ALMACÉN “LA CASA DE LOS TAPICES” DE
LA CIUDAD DE BABAHOYO

EGRESADA:

ZULLIMEN ELENA MACÍAS MANZANO

TUTOR:

ECO. GERSON DAMACIO LEDESMA ÁLVAREZ. MUFI

BABAHOYO – LOS RÍOS – ECUADOR

AÑO 2022

INTRODUCCIÓN

El presente caso de estudio fue realizado en “La Casa de los Tapices” de la ciudad de Babahoyo, ubicada en las calles Abdón Calderón entre García Moreno y Juan x Marcos, cuya actividad comercial es la venta al por menor de materiales de tapicería como telas para muebles, manteles de todo color, expandibles, moquetas, entre otros, con la finalidad de satisfacer los gustos y preferencias de la ciudadanía en artículos para la decoración del hogar. Además, el establecimiento cuenta con tres personas, el propietario y dos colaboradores, quienes se encargan de gestionar las actividades administrativas y comerciales del almacén para incrementar las ventas y rentabilidad del negocio.

La calidad del servicio es un factor clave en toda empresa u organización debido a que influye de manera directa en la imagen o percepción que el mercado consumidor se haga de la organización; además, se convierte en un elemento diferenciador ante los competidores. Por tales razones, es indispensable que esta realice una gestión comercial adecuada porque los clientes buscan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas, porque de aquello depende la aceptabilidad o rechazo del mercado consumidor. Cuando la calidad del servicio es inadecuada se genera insatisfacción en los clientes, lo que significa un desempeño deficiente de la empresa.

El comercial “La Casa de los Tapices” presenta una problemática relacionada a la calidad del servicio, debido a que posee debilidades en la atención que brinda al cliente como la falta de cortesía, amabilidad por parte del talento humano y débil capacidad de respuesta a los problemas o requerimientos que posee los clientes. Dichas situaciones problemáticas son elementos claves que han incidido en la percepción del cliente, lo cual afecta de manera directa o indirecta en el nivel de venta de la organización.

El objetivo del estudio de caso es determinar la percepción del usuario sobre el proceso de atención al cliente proporcionado por el talento humano de “La Casa de los Tapices”. El trabajo investigativo está relacionado con la línea de investigación Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control” y la sublínea “Marketing y Comercialización” debido a que se analiza la gestión que efectúa el negocio en cuanto a la calidad de los servicios que ofrece a los clientes.

La metodología utilizada en el presente caso está conformada por un enfoque cuantitativo, debido a que se analizó aspectos tangibles e intangibles que presenta el establecimiento comercial en cuanto a la calidad del servicio, los mismos que fueron unificados y procesados para entender de mejor manera los resultados. Se emplearon los tipos de investigación descriptiva y de campo porque permitió describir las situaciones identificadas en el comercial y recopilar información relacionada a la variable objeto de análisis.

En el presente estudio también se aplicó el método de investigación inductivo, donde se segregaron los principales hallazgos investigativos para la elaboración de conclusiones generales. Mientras las técnicas utilizadas son una encuesta dirigida a los clientes del negocio para determinar la percepción que poseen sobre la atención recibida y una entrevista al gerente-propietario para identificar las debilidades organizacionales que condiciona la calidad del servicio al cliente.

DESARROLLO

La Casa de los Tapices es un establecimiento comercial ubicado en Babahoyo en las calles Abdón Calderón entre García Moreno y Juan x Marcos, su actividad económica es la venta de materiales de tapicería como telas para muebles, manteles de todo color, expandibles, hilos para tapizaje, moquetas, entre otros. El almacén lleva varios años en el mercado y está conformado por tres personas, uno de ellos es el propietario y dos colaboradores que desempeñan la función de asesores comerciales. El propósito del establecimiento es ofrecer materiales de tapicería variados a la ciudadanía con la finalidad de satisfacer los gustos y preferencias en artículos para la decoración del hogar a través de asesoramiento personalizado.

La calidad del servicio al cliente es importante por varias razones, como satisfacer al cliente, aspecto diferenciador de la competencia, mantener estables relaciones comerciales, corregir errores de la gestión comercial, generar una buena imagen de la organización, aumentar los niveles de venta e ingresos económicos, entre otros. Por tales motivos, las empresas deben implementar estrategias y acciones necesarias para ofrecer a los clientes una experiencia positiva y no afectar los procesos de venta o fidelización de los mismos. Cuando los clientes se sienten satisfechos es porque la atención ofertada cumple sus expectativas, caso contrario, la gestión que realizan es deficiente. La información descrita, es afirmada por Mejías et al. (2018):

La calidad del servicio se constituye en un elemento clave para la satisfacción de los clientes porque la empresa mediante sus acciones garantiza el cumplimiento de las expectativas y percepciones en cuanto al producto y la atención que brinda, lo cual genera complacencia y ocasiona en ellos la convicción de volver a generar transacciones comerciales con la empresa; además, de realizar recomendaciones de la organización a otras personas. (p.4)

En la actualidad, la empresa presenta ciertos inconvenientes relacionados a la calidad de servicio, lo cual ha generado una perspectiva inapropiada en los clientes. A continuación, se detallan los factores críticos detectados en el establecimiento, el primero se basa en la evaluación de la calidad; es decir, el almacén no predestina acciones ni tiempo para conocer la percepción de sus clientes en cuanto a la atención que brinda, puesto que no se han aplicado métodos de evaluación de la calidad que le permita conocer las debilidades del negocio; esto se debe al desconocimiento de las formas de medir la percepción y satisfacción de los clientes por el servicio ofrecido o a que consideran que dichos procedimientos no son importantes para la actividad, lo cual condiciona satisfacción de los consumidores, la misma que depende de los gustos y preferencias e incluso del estado de ánimo de los clientes.

El no aplicar técnicas de investigación en el área comercial, limita en la empresa detectar nuevas oportunidades de mejora a partir de la percepción de los clientes y determinar cómo se encuentra el desempeño que realiza la empresa durante el proceso comercial. Razones por las cuales, “La Casa de los Tapices” debe implementar dichas técnicas de análisis o modelos de evaluación de la calidad para conocer las expectativas, percepción y satisfacción de los clientes. Entre los modelos más aplicados en las empresas comerciales son el SERVPERF y SERVQUAL.

Según Cevallos et al. (2018) el modelo SERVQUAL permite medir la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes y cómo ellos consideran el servicio mediante aspectos cualitativos-cuantitativos, como opiniones sobre el servicio, sugerencias de mejoras, infraestructura, deseos de los consumidores, entre otras. Mientras que Ramos et al. (2020) dice que el modelo SERVPERF “mide el nivel de calidad de cualquier organización que brinde un servicio, ayudando a conocer las valoraciones de los clientes respecto a la atención que reciben, con el fin de plantear estrategias accesibles que favorezcan a la empresa y cliente” (p.423).

Los elementos de la calidad del servicio son cualitativos y cuantitativos, estos permiten identificar la percepción de los usuarios sobre el proceso de adquisición del producto o servicio, los cuales son seguridad, empatía, elementos tangibles, aspectos intangibles, capacidad de respuesta y fiabilidad (Rogel, 2018). Sin embargo, “La Casa de los Tapices” al no realizar una gestión comercial adecuada no está cumpliendo con uno de los componentes fundamentales de la calidad del servicio como la empatía, que se refiere a la disposición del personal de una organización a brindar atención y ayuda en todo momento durante el cliente se encuentre en las instalaciones, la cual debe estar caracterizada por un trato cordial y amable (Pincay & Parra, 2020).

La inadecuada empatía por parte del personal de la empresa estudiada, ha sido causal para que esta presente inconvenientes en el desarrollo de las relaciones humanas, puesto que los asesores comerciales en varias ocasiones no ofrecen un trato adecuado a los clientes, es decir, no tienen mayor interacción con los consumidores cuando estos se encuentran en las instalaciones observando los artículos que desean o que estarían dispuestos a comprar. Soslayar dicho aspecto limita de cierta manera el desarrollo de la empresa, porque al no existir un trato amable y cordial, los clientes pueden optar por la competencia.

La problemática detectada respecto a la empatía, revela la ausencia de una comunicación asertiva, esto ocurre porque los vendedores carecen de cordialidad o predisposición a brindar una atención personalizada al relacionarse con los clientes para mostrarles los artículos del establecimiento; por lo tanto, existen procesos comunicacionales pocos asertivos. La actitud del personal denota la falta de empatía, cordialidad y asertividad, contexto que limita las relaciones con los clientes en próximas ventas o genera una perspectiva negativa de la atención. Torres (2018) la comunicación asertiva es la habilidad que permite hablar de manera idónea con respeto y libertad, sin ofender o agredir.

La inadecuada empatía por parte de los asesores comerciales de "La Casa de los Tapices" hacia los clientes, ha incidido en el proceso de atención, debido a que cuando el cliente tiene una inquietud sobre el artículo o precio, este requerimiento no es atendido de manera inmediata ni con la adecuada amabilidad; además, cuando el cliente realiza algún cambio porque existe errores en el despacho de productos, dicha situación demora en ser solucionada, debido a la afluencia de personas que tiene el comercial en aquel momento y cuando lo hacen no existe paciencia necesario para responder las inquietudes de los clientes y ofrecerles una solución.

Según Olaz y Ortiz (2022) el clima laboral dentro de cualquier establecimiento constituye un requisito muy importante, pues cuando este es el adecuado ayuda a mejorar el rendimiento de los colaboradores, se genera un ambiente de trabajo positivo y facilita cumplir con los objetivos empresariales. Es indispensable que en toda organización se dé un buen clima laboral para que los trabajadores se sientan cómodos y realicen sus actividades motivados; razón por la cual, es fundamental que la gestión administrativa haga todo lo necesario para mantener una buena relación con los trabajadores, además de llevar un respectivo control del clima para tomar decisiones y mejorarlo en caso de que exista la presencia de anomalías.

En el establecimiento "La Casa de los Tapices" los problemas derivados de la falta de empatía por parte del talento humano ha condicionado su clima laboral, debido a que en determinados momentos existen situaciones tensas en el proceso de atención a los clientes, donde los colaboradores se muestran poco sensibles ante las necesidades del mercado consumidor, también la comunicación no es fluida, situación que no permite que haya un clima armónico. El escenario descrito puede afectar al establecimiento estudiado, porque la presencia de un inadecuado ambiente laboral afecta el rendimiento de los empleados, que se

logre cumplir todos sus objetivos comerciales y se está más propensos a sufrir situaciones de conflictos, lo cual influye en el crecimiento económico del negocio.

Existen variables que influyen para que se dé un buen clima laboral, tales como: el comportamiento del colaborador y carga laboral. Por lo tanto, se manifiesta que en “La Casa de los Tapices” existe inconvenientes relacionados con la personalidad, intereses y actitudes de los empleados, los cuales no son adecuados para propiciar un clima agradable y que facilite la comunicación. Motivo por el cual, el contexto identificado afecta la calidad del servicio.

Los problemas derivados de las relaciones humanas, trato al cliente, comunicación asertiva y endeble paciencia para responder las inquietudes del cliente, ha condicionado el proceso de atención al cliente. En la actualidad, la manera en cómo se relaciona el talento humano con el público no es la adecuada, en ocasiones no existe predisposición para escuchar los requerimientos de los clientes y satisfacer sus necesidades, factor que afecta la percepción que estos tenían del negocio y que no se sientan satisfechos con el servicio recibido. Los empleados son la clave para brindar una atención al usuario oportuna y de calidad; sin embargo, el talento humano del establecimiento objeto de estudio no se preocupan por establecer sólidas relaciones comerciales, además desconocen sobre la importancia de este factor para el crecimiento del negocio. Vallejo y Sánchez (2017) expresan:

La atención al cliente se refiere a aquellas acciones realizadas por una empresa con la finalidad de mejorar la experiencia de compra del consumidor; es decir, para satisfacer de manera eficiente sus necesidades. El cliente es muy importante para el éxito de una compañía porque ayuda a mantener una relación sólida con los mismos.

(p.6)

Por lo tanto, la atención al cliente es un aspecto que las empresas no deben descuidar, porque de aquello dependen su sostenibilidad en el tiempo, las organizaciones que no predestinan los esfuerzos necesarios para brindar un servicio de calidad, corren el riesgo de cumplir con sus proyecciones económicas y condicionar el cumplimiento de sus obligaciones financieras en el corto plazo.

El servicio al cliente constituye un elemento insoslayable para el desarrollo de todo negocio, a pesar de aquello en el establecimiento “La Casa de los Tapices” no se prioriza la misma, puesto que no se busca dar una solución a aquellas problemáticas que no permiten brindar un servicio de calidad. El talento humano no ejecuta acciones que busquen mejorar el trato al cliente, perjudicando así el desarrollo organizacional de la empresa. Es ideal para aquellos negocios que desean sobresalir de la competencia presten mayor importancia a la atención al cliente e incentivar a sus colaboradores para que brinden un servicio de calidad, ya que la mayoría trabaja solo por satisfacer sus necesidades económicas y personales, más no las del cliente.

A consecuencia de los problemas generados por la deficiente atención al cliente, el mercado consumidor ha creado una inadecuada percepción, porque no se logra responder de manera idónea a sus necesidades y expectativas; por lo tanto, se encuentran insatisfechos. La inapropiada percepción podría perjudicar la imagen del negocio. Cuando un cliente acude a un establecimiento su percepción depende de una serie de aspectos tales como: la atención, calidad del servicio, limpieza del local y organización, factores que tienen poca importancia para la administración de la empresa “La Casa de los Tapices” pues existen quejas por parte de los clientes con respecto a la atención y organización del establecimiento.

La percepción es el proceso mediante el cual un cliente selecciona, organiza e interpreta información proveniente de sus pensamientos, luego de haber vivido una

experiencia de compra o adquirir un servicio. Es decir que esta hace referencia a la opinión que tienen los consumidores con la empresa y son el resultado de confrontar las expectativas con la realidad experimentada. existen varios factores que influyen en la percepción tales como: expectativas, calidad del servicio y satisfacción. (Fernández & Bajac , 2018, pág. 358)

De acuerdo con la investigación “La Casa de los Tapices” no ejecuta acciones que ayuden a mejorar la percepción de los clientes y que logren establecer relaciones efectivas y de confianza, el trato a los clientes carece de empatía, también presta poca importancia en conocer que es lo que los usuarios piensan con respecto al negocio y que esperan de él. Otro de los hallazgos es que no se establecen procesos de motivación con el talento humano, para que ellos transmitan y expresen a los clientes emociones positivas, lo cual ayudará a mejorar la percepción y fidelidad de los mismos; es decir, no se incentiva al personal a canalizar las emociones negativas como desesperación o enojo, situaciones que en ocasiones afecta la imagen de la empresa porque los clientes perciben todas estas sensaciones ocasionándoles incomodidad e insatisfacción.

Las instalaciones físicas de una empresa son muy importantes porque crean una ventaja competitiva, permitiendo diferenciar al negocio de la competencia. Es ideal que en todo establecimiento dedicado a comercialización de un producto o servicio se enfoque en mantener adecuadas instalaciones físicas para garantizar una óptima operatividad. Al hablar de instalaciones físicas no solo se hace énfasis al espacio físico, sino también el lugar donde la empresa se desenvuelve y realiza el proceso productivo. (Naranjo & Fiallos, 2018)

Lograr un negocio exitoso depende de muchos factores, entre ellos mantener las instalaciones físicas en las condiciones adecuadas; es decir, organizada y ordenada, de manera que cause una impresión positiva en el cliente. Sin embargo, en el establecimiento

estudiado los resultados evidencian que en el espacio físico donde se ejecutan las actividades y el cliente acude por el servicio, no existe organización, las herramientas y materiales que utilizan los empleados no se encuentran ubicadas en un solo lugar; es decir, existen problemas de organización. Lo mencionado influye en la percepción de los clientes, porque con los aspectos negativos descrito se hacen una idea de lo que les espera y a través de esto determinan si adquirir el servicio o no; es decir, la imagen de la “La Casa de los Tapices” se ve afectada.

Las instalaciones limpias, organizadas y ordenadas resultan más atractivas para los clientes y captan la atención. Además, ayuda a incrementar el rendimiento de los trabajadores, razón por la cual, los gestores deben procurar cuidar dicho aspecto; en otras palabras, que lleguen a su lugar de trabajo y encuentren todo ordenado, lo cual influirá de manera positiva, porque se sentirán cómodos y realizarán con mayor eficacia y eficiencia sus tareas, contribuyendo al crecimiento del negocio. Sin embargo, lo argumentado, es algo que no ha logrado la empresa “La Casa de los Tapices” puesto que las instalaciones físicas no generan un impacto positivo al cliente.

El establecimiento donde se desarrolló la investigación no posee equipos modernos dentro de sus instalaciones que ayuden a agilizar los procesos comerciales y a optimizar recursos. Una de las razones por las que “La Casa de los Tapices” no posee equipos modernos es porque el talento humano trabaja de manera tradicional y no posee los conocimientos necesarios para que tengan un dominio de las herramientas tecnológicas y aprovechen al máximo de los beneficios que tienen las Tics. La ausencia de equipos y herramientas modernas no permite mejorar los procesos del negocio y maximizar las operaciones, de tal manera que logre desatacarse de la competencia y brindar un servicio de calidad. De acuerdo con Rocha y Echavarría (2017):

Los equipos modernos en una empresa son muy importantes pues permiten que estas sean mucho más competitivas; es decir, estar al nivel de sus competidores e incluso superarlos. Además, influye en la forma que es percibida la empresa por los clientes. En todo tipo de negocio por más pequeño que este sea, es imprescindible la implementación de equipos modernos los cuáles ayudaran a que sean más rápidas y eficientes con todos sus recursos y estar a la vanguardia. Además, permite ofrecer un servicio de calidad, lo cual ayudará a satisfacer las necesidades y expectativa de los usuarios. (p.4)

Otro de las problemáticas encontradas es que en el establecimiento no se realizan acciones para que los trabajadores creen un sentido de pertinencia e identidad con la empresa, hasta el momento los colaboradores no poseen un uniforme o un distintivo que realce la imagen del negocio. El contar con talento humano con una adecuada proyección de imagen, permite que los clientes puedan distinguir a las personas que hacen parte de la empresa, además ayuda a tener un control de la imagen de los colaboradores. Todo lo mencionado influyen en la percepción de los clientes y la identidad corporativa del establecimiento “La Casa de los Tapices”.

La identidad corporativa o visual se la puede definir como la percepción que tiene los clientes sobre el negocio, es muy importante porque permite distinguirse de la competencia. Existen varios factores que determinan la identidad corporativa tales como elementos gráficos y visuales, logotipo, slogan, colores, publicidad, instalaciones y uniformes. La forma en como la empresa se presenta ante los ojos del cliente es muy importante porque influye de gran manera en la percepción del consumidor y en las ganancias del negocio. (De la Fuente, 2019, pág. 9)

En el establecimiento “La Casa de los Tapices” se evidenció que los clientes muestran inconformidad, porque no se logra dar solución a sus problemas. El talento humano al momento que el cliente solicita algún producto que no se encuentra en el stock, este es ofrecido bajo pedido en una fecha establecida, ya sea telas para sofá, silla, mesa o cualquier otro mueble, este requerimiento no se cumple en las fechas estipuladas, lo cual genera un ambiente de tensión e inadecuada calidad del servicio. El escenario identificado produce molestias en los clientes e insatisfacción, afectando la percepción que el mercado consumidor posee sobre el negocio, puesto que no recibió un servicio de calidad.

La calidad de servicio es muy importante dentro de cualquier empresa, porque por medio de ella se busca la plena satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Cuando una empresa no prioriza la calidad, pierde clientes, no es posible la fidelización y adquiere una mala reputación. Por lo tanto, el mercado consumidor se inclinará por la competencia, situación que acarrea consecuencias negativas para el negocio, pues su rentabilidad disminuye y su cuota de mercado no puede aumentar; es decir, una atención inadecuada podría constituirse en una amenaza para el desarrollo y crecimiento económico, esta es la razón por lo que las empresas deben estar siempre en un proceso de mejora continua. (Silva, Macías, Tello, & Delgado, 2021).

Otra de las dimensiones analizadas en el presente caso de estudio es la capacidad de respuesta que posee la empresa “La Casa de los Tapices” en el desarrollo del proceso de atención al cliente. Durante la investigación se consultó si el cliente recibe un servicio rápido y oportuno, donde la mayoría de las personas consultadas manifestaron que pocas veces; lo cual no es un detalle menor, porque aquello determina que la organización objeto de estudio no posee una gestión conformada por una planificación rigurosa que contemple escenarios inesperados durante la atención al cliente y que impida que la imagen del negocio se vea condicionada. De acuerdo con Batista y Estupiñán (2018)

La imagen institucional se refiere a la percepción que tiene el cliente por las acciones o gestión realizada por una empresa, la cuál puede ser positiva o negativa; es decir, se crea en función de las acciones que ejecutan los miembros de una organización. Una buena imagen depende de una adecuada gobernabilidad y de ética, eficiencia, y responsabilidad; por lo tanto, es indispensable una gestión comprometida para que el mercado consumidor posea una buena aceptación de las actividades empresariales. (p. 62)

Para mayor comprensión del contexto descrito se menciona la siguiente situación: cuando el cliente requiere de los productos que ofrece la empresa, este requerimiento no es atendido de forma inmediata, en virtud de que la organización tiene inconvenientes relacionados a la suficiencia de talento humano; por lo tanto, no se puede atender con prontitud a determinado segmento del mercado consumidor. La situación descrita, revela que aquellas debilidades de la empresa “La Casa de los Tapices” influye a que los clientes opten por los competidores existentes y que no se logre incrementar la cuota del mercado

Amenaza de nuevos competidores se basa en los nuevos participantes en un mercado que buscan lograr un reconocimiento rápido mediante precios y costos competitivos; esta amenaza se puede enfrentar al renovar los canales de venta, incrementar la inversión en publicidad y marketing, incrementar la calidad del producto, reducir el precio, brindar nuevos servicios y agregar valor añadido al servicio. (López, Arvizu, Asiain, & Mayett, 2018, pág. 8)

Frente a la amenaza constante de nuevos competidores, se resalta la importancia de ofrecer un proceso de atención al cliente personalizado y caracterizado por adecuadas relaciones humanas; es decir, con empatía, cordialidad, comunicación asertiva, entre otros aspectos más que son importantes al momento de atender las necesidades del mercado

consumidor. Uno de los estudios que deben realizar las organizaciones para el desarrollo de estrategias que fomenten una ventaja competitiva en el mercado, es el análisis Porter; sin embargo, por las situaciones identificadas, aquello no se ha realizado en la gestión de la organización, porque los problemas de calidad del servicio demuestran que no realizan estudios que ayuden a la detección de debilidades y amenazas.

Por lo tanto, la capacidad de respuesta se ve afectada por la poca disponibilidad de los colaboradores o por el exceso de trabajo agendado. Sin embargo, no se puede soslayar la otra variable identificada en el proceso de investigación que condiciona la capacidad de respuesta por parte de la empresa, que es la ausencia de materiales. Motivo por el cual, los factores descritos denotan situaciones adversas que afectan la calidad del servicio ofertado al usuario. Cuando las organizaciones omiten la importancia de cuidar este indicador con respecto a la calidad de la atención prestada al mercado consumidor, están propensas a perder participación en el mercado, a no sostenerse en el largo tiempo dentro del sector empresarial y disminución de la cartera de clientes.

Otro de los hallazgos establecidos en el proceso investigativo se basa en que el talento humano no siempre posee el tiempo y predisposición necesario para responder todas las inquietudes del cliente. Es probable que aquello se deba a la carga de trabajo que tienen los colaboradores de “La Casa de los Tapices”, contexto que condiciona su estado de ánimo y comprometen el tiempo de su actividad laboral, lo cual impide ofrecer un mejor trato al mercado consumidor. En la actualidad, el cliente tiene a disposición herramientas tecnológicas de información para conocer en detalle las características de un producto o servicio; por lo cual, las personas que adquieren productos o requieren de servicios valoran más los pequeños detalles como el trato, interés y predisposición del asesor comercial, puesto que son aspectos que marcan la diferencia. De acuerdo con Pacheco (2022)

El mercado consumidor se refiere a todos los compradores que adquieren bienes y servicios para su consumo. También se considera al grupo de personas que compran productos, servicios y bienes para su propio consumo. Este mercado se encuentra conformado por las personas, grupos sociales o familias. (párrs 1-2)

Cuando el mercado consumidor no recibe una atención de calidad, no estará motivado a repetir la compra en la empresa “La Casa de los Tapices”. Por lo tanto, se manifiesta que la organización objeto de estudio no ha predestinado los esfuerzos necesarios para la implementación de estrategias de fidelización que permitan retener a los clientes actuales de la organización. Todos los hallazgos identificados en el proceso investigativo denotan que la gestión administrativa de la empresa no ha priorizado el establecimiento de políticas de atención al cliente.

Las organizaciones que logran una importante trayectoria y crecimiento empresarial, son aquellas que han priorizado el establecimiento de procesos centrado en la atención al cliente, por medio de directrices y lineamientos que permitan desarrollar un proceso de atención estandarizado, cuyo objetivo sea fortalecer la marca empresarial. Lo descrito revela la importancia de cuidar la calidad del servicio en una organización empresarial, algo que no ha podido lograr la empresa “La Casa de los Tapices”, es probable que aquello se deba a que el perfil profesional de los colaboradores carece de competencias profesionales que ayuden al establecimiento de estrategias y políticas de atención al mercado consumidor.

Los problemas identificados en la investigación revelan que la gestión administrativa de la empresa “La Casa de los Tapices” no es efectiva, puesto que no aplica herramientas importantes para la identificación de debilidades internas y en función de aquello, establecer estrategias de mejora en la calidad del servicio. Es decir, las debilidades organizacionales denotan la ausencia de análisis FODA O EFI. Por lo tanto, dicho escenario, sumado a todos

los hallazgos detectados, motivan a concluir que en la organización objeto de estudio impera una administración empírica, lo cual explica en cierta medida los problemas relacionados a la atención del mercado consumidor. Según Guanoluisa (2019)

La gestión administrativa contempla todas las actividades que nos relevantes para el logro de las metas organizacionales; es decir, se sustenta en la administración efectiva de los recursos empresariales, para lo cual es necesario efectuar un óptimo proceso administrativo, el mismo que debe estar compuesto por las fases de planeación, organización, dirección y control. Por lo tanto, por medio de la gestión administrativa se podrán obtener más y mejores logros en el desarrollo de las actividades internas en una organización.

Es necesario manifestar que cualquier empresa por más pequeña o grande que sea, tiene que basar su actividad económica en un proceso administrativo efectivo, donde se contemple las fases de planeación, organización, dirección y control para el cumplimiento de los objetivos institucionales. Sin embargo, a pesar de la importancia que posee la administración, no se evidencian esfuerzos por estandarizar procedimientos que ayuden a ofrecer un servicio de calidad a los clientes de “La Casa de los Tapices”. Una evidencia de la endeble administración de la empresa es la ausencia de estudios de mercado que determinen la percepción del cliente, lo cual proporcionará de información necesaria para que los gestores puedan desarrollar un adecuado proceso de toma de decisiones.

Ente otra de las situaciones identificadas en el proceso investigativo se encuentra que la administración de la empresa analizada no ha implementado encuestas de satisfacción que ayuden a conocer qué piensa el cliente sobre el producto o servicio entregado. He ahí el gran problema que poseen las pequeñas y medianas empresas como “La Casa de los Tapices”

porque consideran que, al ser un negocio pequeño, no es importante la aplicación de procedimientos y estrategias empresariales para mejorar la calidad del usuario.

CONCLUSIONES

Para mejorar la calidad del servicio del Almacén “La casa de los Tapices” de la ciudad de Babahoyo, se debe ofrecer un proceso de atención al cliente caracterizado por adecuada cortesía, cordialidad y respeto por parte del talento humano que realiza las labores de asesor comercial en el establecimiento. Para lo cual, la gestión del talento humano tiene que predestinar los esfuerzos necesarios en establecer actividades de control interno que permitan garantizar adecuadas relaciones humanas entre el personal de la organización y el mercado consumidor.

La importancia de la calidad del servicio radica en conocer si el mercado consumidor logró satisfacer sus necesidades o expectativas al momento de adquirir un producto o servicio. Además, que ofrecer un servicio de calidad representa un aspecto diferenciador de los competidores y un causal para el desarrollo de una ventaja competitiva; es decir, es un indicador que demuestra cómo el talento humano de la empresa “La Casa de los Tapices” realiza las actividades comerciales.

Los resultados de la entrevista aplicada al propietario del Almacén “La Casa de los Tapices” revelan que no se han implementado métodos de evaluación de la calidad del servicio y procesos de capacitación al talento humano para fortalecer las habilidades de relacionamiento con los clientes. Mientras que la encuesta aplicada a los clientes de la empresa denota que poseen una percepción condicionada por el inadecuado trato ofrecido por los colaboradores del almacén y por la endeble predisposición para solucionar los problemas y necesidades del mercado consumidor.

Los problemas internos que afectan la calidad del servicio en la empresa “La Casa de los Tapices, genera las siguientes consecuencias: inadecuada satisfacción del cliente, poca fidelización de los compradores, que el mercado consumidor no repita su compra, deterioro

de la imagen empresarial, disminución de la cuota de mercado, bajo nivel de ventas e inapropiado crecimiento económico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Batista, N., & Estupiñán, J. (2018). *Gestión Empresarial y Posmodernidad*. Bruxelles: Infinite Study.
- Cevallos, R., Carreño, D., Peña, I., & Pinagorte, K. (2018). Evaluación de la calidad del servicio: un paso más cerca de la objetividad. *San Gregorio*, 1(28), 48-59. Obtenido de <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/709/5-RODRIGO>
- De la Fuente, C. (2019). *Comunicación e imagen corporativa*. Madrid: Editorial Elearning, S.L. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=6UXIDwAAQBAJ&dq=identidad+corporativa&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Fernández, P., & Bajac, H. (2018). *Gestión del marketing de servicios*. Buenos Aires: Ediciones Granica. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=28OgDwAAQBAJ&dq=percepcion+del+cliente&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Guanoluisa, M. (2019). La gestión administrativa y su efecto en el desempeño laboral del comercial Los Laureles de la ciudad de Riobamba año 2018. (*Tesis de Pregrado*). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba.
- López, Y., Arvizu, E., Asiain, A., & Mayett, Y. (2018). Análisis competitivo de la actividad productiva de la malanga: un enfoque basado en la teoría de Michael Porter. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 1-35. doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.366>
- Mejías, A., Godoy, E., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios. *Compendium*, 21(40), 1-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/88055200020.pdf>
- Naranjo, M., & Fiallos, R. (2018). Distribución de las instalaciones en una fábrica de servicios y su efecto en la producción. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/instalaciones-fabrica-servicios.html>
- Olaz, Á., & Ortiz, P. (2022). *Cómo lograr un buen clima laboral: Diagnóstico, medición y gestión para organizaciones*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=RyFhEAAAQBAJ&dq=clima+laboral&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Pacheco, J. (10 de Marzo de 2022). *Mercado de Consumo (definición, características y clasificación)*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/mercado-de-consumo-definicion-caracteristicas-y-clasificacion/>
- Pincay, Y., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142. doi:dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341

- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43493/AC_Ramos_FEV-Mogoll%c3%b3n_GFS-Santur_ML-Cherre_MI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rocha, J., & Echavarría, S. (2017). Importancia de las T.I.C.s en el ambiente empresarial. *Revista Ciencia Unisalle*, 3-18. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2482&context=administracion_de_empresas
- Rogel, J. (2018). La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. *MEMORALIA*, 15(15), 142-155. Obtenido de <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Revista Ciencia UAT*, 15(2), 85-101. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v15n2/2007-7858-cuat-15-02-85.pdf>
- Torres, F. (2018). Taller de habilidades de comunicación asertiva para líderes. (*Tesis de Mestría*). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México. Obtenido de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5170/%20Taller%20de%20habilidades%20de%20comunicaci%c3%b3n%20asertiva%20para%20l%c3%adderes.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Vallejo, G., & Sánchez, F. (2017). *Servicio con pasión*. Medellín: Penguin Random House Grupo Editorial Colombia. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=gAcrDwAAQBAJ&dq=servicio+al+cliente&hl=es&source=gbs_navlinks_s

ANEXOS

Anexo 1. Informe de Urkund

Hola estimada Zullimen, el rep



Document Information

Analyzed document	MACIAS_ZULLIMEN_COMERCIO_2022.docx (D131322396)
Submitted	2022-03-23T19:49:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	zmacias097@fafi.utb.edu.ec
Similarity	8%
Analysis address	fmoraies.utb@analysis.orkund.com

Anexo 2. Carta de autorización

Babahoyo, 16 de Marzo del 2022

Sr(a)

JUAN MOISES ESPIN AGUILAR

ADMINISTRADOR DEL ALMACÉN "LA CASA DE LOS TAPICES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO"

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **MACIAS MANZANO ZULLIMEN ELENA**, con cédula de identidad **120707309-7**, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial/Comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo Noviembre 2021 – Abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado "CALIDAD DEL SERVICIO DEL ALMACÉN LA CASA DE LOS TAPICES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO" el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

Muy atentamente,


Zullimen Elena Macias Manzano
120707309-7

AUTORIZO

D. TOHN
La Casa de los Tapices
0530200363

Anexo 3. Guía de entrevista.

1. ¿Cómo se desarrolla el proceso de atención al cliente en “La Casa de los Tapices”?

2. ¿Cuál es su opinión sobre la importancia de la calidad del servicio en una empresa?

3. ¿Considera usted que la calidad del servicio influye en el nivel de ventas?

4. ¿Cree usted que los colaboradores de la empresa son empáticos con los clientes?

5. ¿Cómo evalúa el proceso de atención al cliente que ofrecen los colaboradores de la empresa?

6. ¿Qué tipos de metodologías o técnicas de evaluación utiliza el Almacén “La Casa de los Tapices para evaluar la calidad del servicio brindado al cliente?

7. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que considera ud, se presentan en el proceso de atención al cliente?

8. ¿Cuál es su opinión sobre la importancia de aplicar procesos de capacitación al talento humano para fortalecer aspectos ligados a las relaciones humanas?

Anexo 4. Cuestionario de encuesta

ENCUESTA						
Dimensiones	Ítems	Valoración				
		Total Desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
Elementos tangibles (Apariencia de las instalaciones, personal y equipamiento)	Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas					
	La empresa tiene equipos de apariencia moderna					
	Los colaboradores de la empresa se encuentran uniformados en su totalidad					
	El ambiente (iluminación y limpieza) es adecuado para realizar las actividades					
Confiabilidad (Habilidad para ejecutar el servicio de forma fiable y cuidadosa)	La empresa cumple con los tiempos ofrecidos para la atención al cliente					
	La empresa cumple con el horario de atención según lo tiene estipulado.					
Capacidad de respuesta (Disposición de los colaboradores para ayudar a los clientes de forma oportuna)	Recibo un servicio rápido del personal de la empresa.					
	Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudarme.					
	En la empresa atienden de manera oportuna a los reclamos de los clientes.					
	El personal suele tener disponibilidad de tiempo para responder a las preguntas de los clientes					
Seguridad (Conocimiento y atención brindada por los empleados)	El accionar o desempeño del personal le transmite confianza					
	Los colaboradores de la empresa son educados y atentos.					
	La empresa me da atención individualizada					
Empatía (Atención amable, cordial e individualizada que la empresa	El personal de la empresa emplea adecuadas relaciones humanas en el proceso de atención al cliente					
	El clima laboral se ha tornado inadecuado durante el proceso de compras					
	El personal le ha brindado una atención incorrecta durante sus compras					

ofrece a sus clientes)	La percepción hacia los colaboradores de la empresa es inadecuada.					
	El personal desarrolla una comunicación asertiva					
	Los colaboradores responden con paciencia cuando tiene dudas o preguntas					

Anexo 5. Respuestas obtenidas de la entrevista

Entrevista al propietario		
Orden	Preguntas	Respuestas
1	¿Cómo se desarrolla el proceso de atención al cliente en “La Casa de los Tapices”?	Normal, el cliente llega, solicita un producto y se le despacha.
2	¿Cuál es su opinión sobre la importancia de la calidad del servicio en una empresa?	Es importante porque el cliente es la razón de ser de todo negocio, sin ellos no existirían empresas.
3	¿Considera usted que la calidad del servicio influye en el nivel de ventas?	Claro que sí, porque si no hay un servicio de calidad, el cliente no volvería a comprar.
4	¿Cree usted que los colaboradores de la empresa son empáticos con los clientes?	Considero que sí, en determinados momentos no se puede complacer en todo al cliente, pero si son empáticos.
5	¿Cómo evalúa el proceso de atención al cliente que ofrecen los colaboradores de la empresa?	Bueno.
6	¿Qué tipos de metodologías o técnicas de evaluación utiliza el Almacén “La Casa de los Tapices para evaluar la calidad del servicio brindado al cliente?	No conozco sobre los que me pregunta.
7	¿Cuáles son los principales inconvenientes que considera ud, se presentan en el proceso de atención al cliente?	En ocasiones no hay un determinado producto que el cliente busca.
8	¿Cuál es su opinión sobre la importancia de aplicar procesos de capacitación al talento humano para fortalecer aspectos ligados a las relaciones humanas?	Que es bueno, porque mejora las capacidades y conocimiento de las personas.

Anexo 6. Respuestas obtenidas de la encuesta

1. ¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas?

Tabla 1

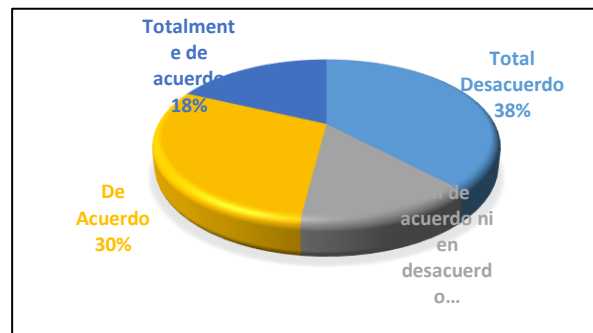
Instalaciones físicas de la empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	19	38%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14%
De Acuerdo	15	30%
Totalmente de acuerdo	9	18%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Figura 1

Instalaciones físicas de la empresa



Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 38% de las personas estuvieron en total desacuerdo con que las instalaciones físicas de la empresa son atractivas, 30% de acuerdo, 18% totalmente de acuerdo y 14% ni de acuerdo ni en desacuerdo. La mayoría de las personas consideran que el comercial es llamativo por el espacio y la variedad de materiales, sin embargo, posee debilidades porque no tiene una adecuada organización y limpieza.

2. ¿La empresa tiene equipos de apariencia moderna?

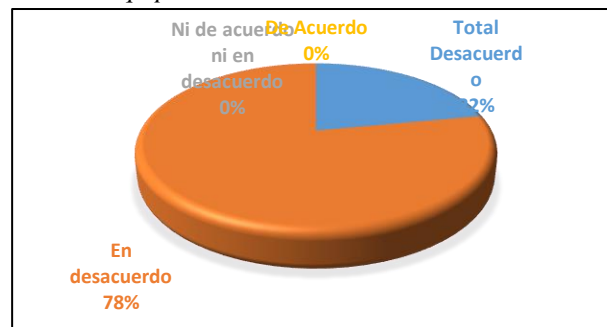
Tabla 2

Equipos modernos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	11	22%
En desacuerdo	39	78%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 2

Equipos modernos



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada permitió identificar que el 22% de las personas estuvieron en total desacuerdo con que la empresa tiene equipos de apariencia moderna y 22% en desacuerdo. Los resultados indican que el comercial no posee un dispositivo informático ni herramientas modernas que ayuden a agilizar los procesos, a diferenciarse y generar una imagen positiva.

3. ¿Los colaboradores de la empresa se encuentran uniformados en su totalidad?

Tabla 3

Colaboradores de la empresa están uniformados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	33	66%
En desacuerdo	17	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 3

Colaboradores de la empresa están



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 66% de las personas estuvieron en total desacuerdo con que los colaboradores de la empresa se encuentran uniformados en su totalidad y 34% restantes dijeron en desacuerdo. Dichos resultados se deben a que en el comercial no existe uniforme de ningún tipo; es decir, los trabajadores realizan sus labores sin una formalidad que resalte la imagen de la empresa.

4. ¿El ambiente (iluminación y limpieza) es adecuado para realizar las actividades?

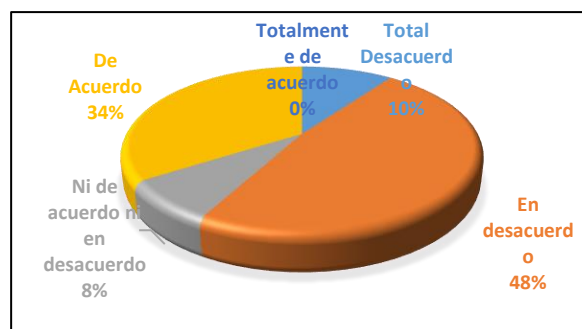
Tabla 4

Ambiente adecuado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	5	10%
En desacuerdo	24	48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8%
De Acuerdo	17	34%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 4

Ambiente adecuado



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada permitió obtener los siguientes resultados: el 48% de las personas estuvieron en desacuerdo con que el ambiente (iluminación y limpieza) es adecuado para realizar las actividades, 34% de acuerdo, 10% total desacuerdo y 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo. La empresa posee una infraestructura amplia e iluminada pero la ausencia de orden y limpieza han indicado en la percepción negativa por parte de los clientes. Dicha situación es un factor a mejorar ya que el aspecto de un lugar es importante para atraer clientes a futuro.

5. ¿La empresa cumple con los tiempos ofrecidos para la atención al cliente?

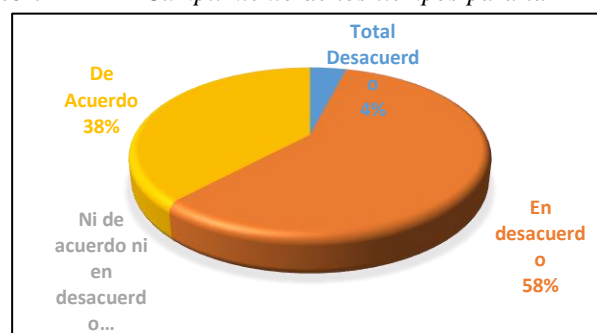
Tabla 5

Cumplimiento de los tiempos para la atención

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total	2	
Desacuerdo	29	4%
En desacuerdo	29	58%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	19	38%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 5

Cumplimiento de los tiempos para la



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 58% de las personas estuvieron en desacuerdo con que la empresa cumple con los tiempos ofrecidos para la atención al cliente, 38% de acuerdo, mientras el 4% restante dijeron totalmente desacuerdo. Por lo tanto, se puede decir, que el comercial no brinda un servicio eficiente y oportuno debido a que no entrega los materiales solicitados en el tiempo pactado.

6. ¿La empresa cumple con el horario de atención según lo tiene estipulado?

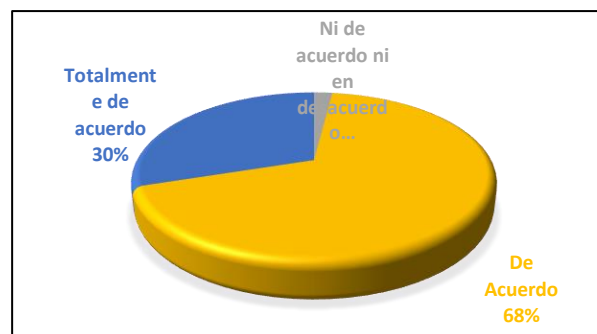
Tabla 6

Figura 6

Cumplimiento del horario de atención

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
De Acuerdo	34	68%
Totalmente de acuerdo	15	30%
Total	50	100%

Cumplimiento del horario de atención



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 68% de las personas estuvieron de acuerdo con que la empresa cumple con el horario de atención según lo tiene estipulado, 30% totalmente de acuerdo y 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo. La información demuestra que la empresa si cumple con su horario laboral, lo cual es un aspecto importante para captar al mercado consumidor.

7. ¿Recibe un servicio rápido por parte del personal de la empresa?

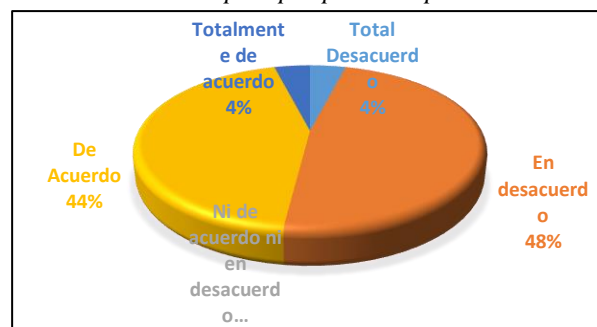
Tabla 7

Servicio rápido por parte del personal

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	2	4%
En desacuerdo	24	48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	22	44%
Totalmente de acuerdo	2	4%
Total	50	100%

Figura 7

Servicio rápido por parte del personal



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes permitió conocer que el 48% de las personas estuvieron en desacuerdo con que, si recibe un servicio rápido por parte del personal de la empresa, 44% de acuerdo, 4% totalmente de acuerdo y 4% en total desacuerdo. El personal demora en atender a los clientes por brindarles asesoría a los demás que se encuentran en las instalaciones, lo que de cierta

manera es un aspecto negativo porque los consumidores pueden sentirse ignorados, razón por la cual puede causar su pérdida en el momento o a futuro.

8. ¿Los colaboradores siempre están dispuestos a ayudarle?

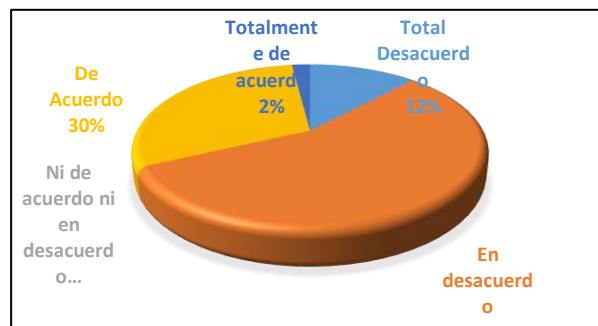
Tabla 8

Colaboradores tienen disposición para ayudar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	28	56%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	15	30%
Totalmente de acuerdo	1	2%
Total	50	100%

Figura 8

Colaboradores tienen disposición para



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes permitió evidenciar que el 56% de las personas estuvieron en desacuerdo con que los colaboradores siempre están dispuestos a ayudar, 30% de acuerdo, 2% totalmente de acuerdo y 12% en total desacuerdo. Los colaboradores de la empresa no siempre tienen disponibilidad para atender a los clientes por diferentes razones como personalidad y excesos de trabajo, pese a los motivos, es necesario que el comercial considere dichos aspectos a mejorar.

9. ¿En la empresa atienden de manera oportuna a los reclamos de los clientes?

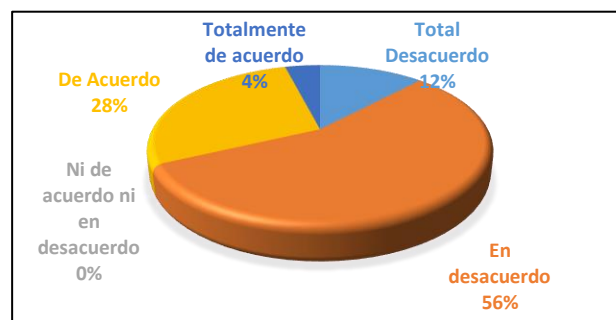
Tabla 9

Atención oportuna a los reclamos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	28	56%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	14	28%
Totalmente de acuerdo	2	4%
Total	50	100%

Figura 9

Atención oportuna a los reclamos



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 56% de las personas estuvieron en desacuerdo con que en la empresa atienden de manera oportuna a los reclamos de los clientes, 28% de acuerdo, 4% totalmente de acuerdo y 12% total desacuerdo. Estos resultados indican que el personal de la empresa no considera relevante los reclamos de los clientes cuando se suscitan algún inconveniente porque tardan en darle solución.

10. ¿El personal suele tener disponibilidad de tiempo para responder a las preguntas de los clientes?

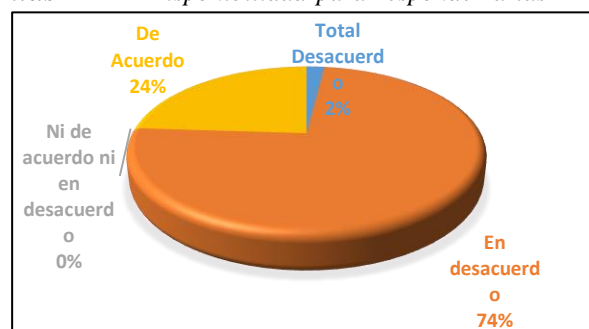
Tabla 10

Disponibilidad para responder a las preguntas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	1	2%
En desacuerdo	37	74%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	12	24%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 10

Disponibilidad para responder a las preguntas



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes permitió identificar que el 74% de las personas estuvieron en desacuerdo con que el personal suele tener disponibilidad de tiempo para responder a las preguntas de los clientes, 24% de acuerdo y el 2% en total desacuerdo. La información refleja que los

colaboradores no siempre tiene disponibilidad para satisfacer las inquietudes de los clientes por continuar sus obligaciones o la falta de iniciativa.

11. ¿El accionar o desempeño del personal le transmite confianza?

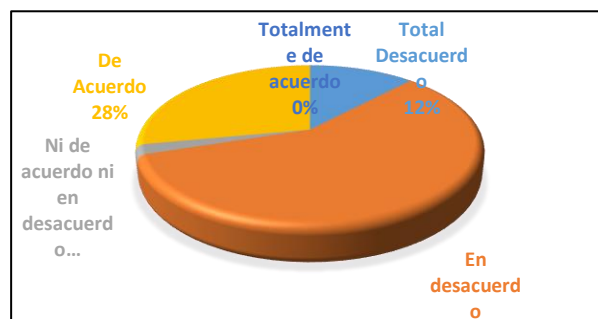
Tabla 11

Desempeño del personal transmite confianza

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total	6	12%
Desacuerdo	29	58%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2%
De Acuerdo	14	28%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 11

Desempeño del personal transmite



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 58% de las personas estuvieron en desacuerdo con que el accionar o desempeño del personal le transmite confianza, 28% de acuerdo, 12% totalmente desacuerdo y 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Los colaboradores gran parte del tiempo no brinda confianza a los clientes porque las respuestas que proporciona ante las preguntas son dudosas e inseguras.

12. ¿Los colaboradores de la empresa son educados y atentos?

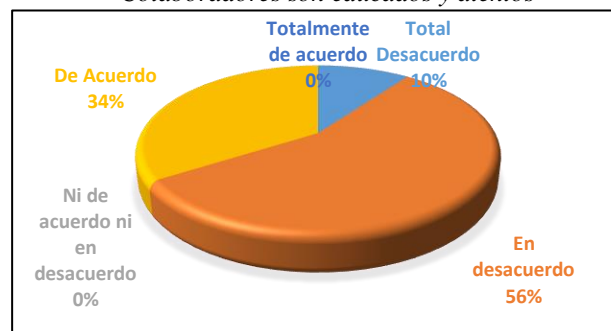
Tabla 12

Colaboradores son educados y atentos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total	5	10%
Desacuerdo	28	56%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	17	34%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 12

Colaboradores son educados y atentos



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 56% de las personas estuvieron en desacuerdo con que los colaboradores de la empresa son educados y atentos, 34% de acuerdo y 10% totalmente desacuerdo. La mayoría de clientes consideran que los colaboradores carecen de amabilidad y educación debido a que cuando se ingresan al establecimiento estos no los reciben de inmediato e incluso cuando les preguntan algo suelen responder de manera inadecuada.

13. ¿La empresa le da atención individualizada?

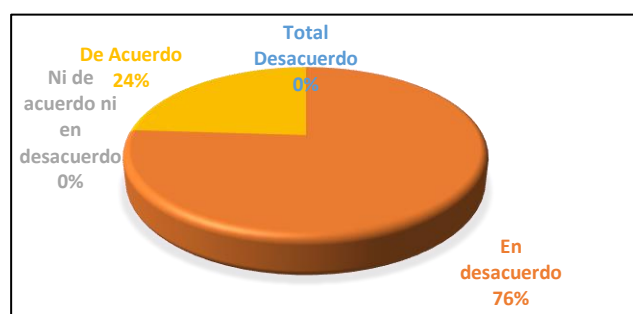
Tabla 13

Atención individualizada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total	0	0%
Desacuerdo	38	76%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	12	24%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 13

Atención individualizada



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 76% de las personas estuvieron en desacuerdo con que la empresa le da atención individualizada y 24 % restante dijeron de acuerdo. Por lo tanto, se puede decir, que los colaboradores no brindan una atención personalizada porque no ofrecen una respuesta rápida aun sin tener solución, son empáticos y asertivos.

14. ¿El personal de la empresa emplea adecuadas relaciones humanas en el proceso de atención al cliente?

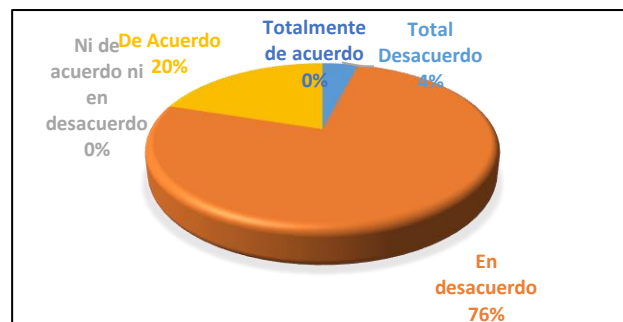
Tabla 14

Adecuadas relaciones humanas en la atención

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	2	4%
En desacuerdo	38	76%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	10	20%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 14

Adecuadas relaciones humanas en la



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes permitió conocer que el 76% de las personas estuvieron en desacuerdo con que el personal de la empresa emplea adecuadas relaciones humanas en el proceso de atención al cliente, 20% de acuerdo y 4% en total desacuerdo. La mayoría de los clientes consideran que los colaboradores no emplean adecuadas relaciones humanas porque su trato y comunicación es inadecuado durante el proceso de compra.

15. ¿El clima laboral se ha tornado inadecuado durante el proceso de compras?

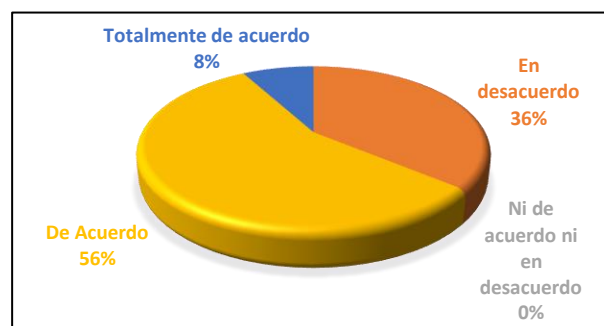
Tabla 15

Clima laboral inadecuado durante las compras

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	18	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	28	56%
Totalmente de acuerdo	4	8%
Total	50	100%

Figura 15

Clima laboral inadecuado durante las



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 56% de las personas estuvieron de acuerdo con que el clima laboral se ha tornado inadecuado durante el proceso de compras, 36 % en desacuerdo y 8% totalmente de acuerdo. Es decir, los colaboradores generan un clima inapropiado debido a la falta de empatía generando en determinados momentos situaciones tensas en el proceso de atención a los clientes; además, porque la comunicación no es fluida.

16. ¿El personal le ha brindado una atención incorrecta durante sus compras?

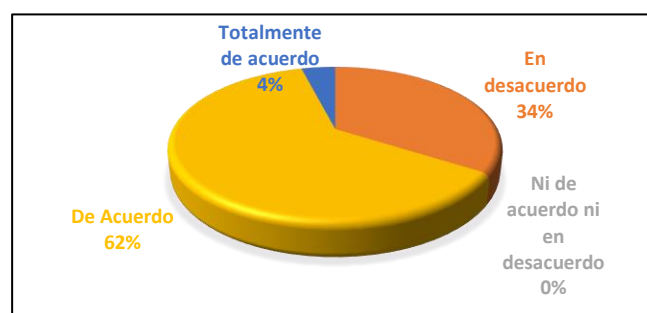
Tabla 16

Personal ha brindado una atención incorrecta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	17	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	31	62%
Totalmente de acuerdo	2	4%
Total	50	100%

Figura 16

Personal ha brindado una atención



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 62% de las personas estuvieron de acuerdo con que el personal le ha brindado una atención incorrecta durante sus compras, 34 % en desacuerdo y 8% totalmente de acuerdo. La mayoría de clientes concuerdan que en ciertas ocasiones el personal no ha sido atento y amable durante su permanencia en la empresa, lo cual les ha generado molestias e inadecuada impresión del comercial.

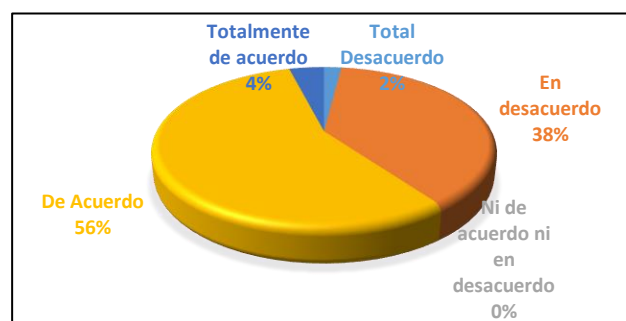
17. ¿La percepción hacia los colaboradores de la empresa es inadecuada?

Tabla 17

Percepción hacia los colaboradores es inadecuada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	1	2%
En desacuerdo	19	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	28	56%
Totalmente de acuerdo	2	4%
Total	50	100%

Figura 17



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 56% de las personas estuvieron de acuerdo con que la percepción hacia los colaboradores de la empresa es inadecuada, 38% en desacuerdo, 4% totalmente de acuerdo y 2% en total desacuerdo. Dicha información refleja las debilidades en el personal debido a la falta de amabilidad y comunicación al momento del proceso de atención.

18. ¿El personal desarrolla una comunicación asertiva?

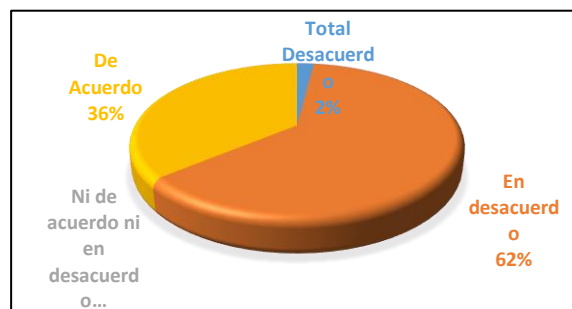
Tabla 18

Comunicación asertiva

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	1	2%
En desacuerdo	31	62%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	18	36%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 18

Comunicación asertiva



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 64% de las personas estuvieron en desacuerdo con que el personal desarrolla una comunicación asertiva, 36% de acuerdo y 2% totalmente desacuerdo. El personal de la empresa muchas veces no responde de manera adecuada a las sugerencias que los clientes piden cuando desean

adquirir algún material, haciéndolos sentir de cierta manera mal por reprochar sus gustos y preferencias.

19. ¿Los colaboradores responden con paciencia cuando tiene dudas o preguntas?

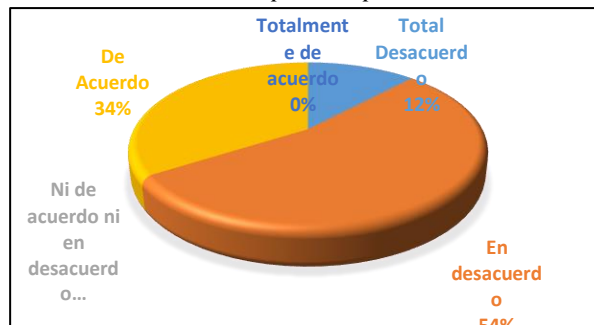
Tabla 19

Paciencia para responder dudas o preguntas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Total		
Desacuerdo	6	12%
En desacuerdo	27	54%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	17	34%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	50	100%

Figura 19

Paciencia para responder dudas o



Fuente: encuesta

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada a los clientes de La Casa de los Tapices permitió conocer que el 54% de las personas estuvieron en desacuerdo con que los colaboradores responden con paciencia cuando tiene dudas o preguntas, 34 % de acuerdo y 12 % totalmente desacuerdo. Por lo tanto, se puede decir, que el personal de la empresa cuando los clientes le consultan algunas inquietudes, estos responden a las mismas de manera rápida, que muchas veces no tienen por ende genera molestias en los mismos.

Anexo 7. Evidencia fotográfica

Ilustración 1 Foto de la empresa.



Ilustración 2 Aplicación de entrevista

