



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL 2022 – SEPTIEMBRE 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE: LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

**SERVICIO AL CLIENTE DE LA DISTRIBUIDORA DE PLÁSTICO Y
CALZADO AGUILAR DE LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL PERIODO 2021**

ESTUDIANTE:

FLAVIO RICARDO CHANG MORA

TUTOR:

ING. GEORGINA ENCALADA TENORIO MAE

AÑO 2022

ÍNDICE GENERAL

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	7
MARCO CONCEPTUAL.....	8
MARCO METODOLÓGICO.....	14
RESULTADOS.....	15
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	17
CONCLUSIONES.....	19
RECOMENDACIONES.....	20
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	21
ANEXOS.....	22

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Distribuidora de plástico y calzado Aguilar del cantón Babahoyo, es una empresa que se dedica a distribuir productos en materiales de plástico, tales como: roperos, mesas, sillas, anaqueles, cestos para desechos orgánicos e inorgánicos; también distribuye calzados para adultos y niños. Surgió en 2018 bajo la idea de un negocio personal por parte del Sr. Nelson Aguilar. No obstante, en 2021 se convirtió en una entidad que brinda empleo a seis personas más, quienes se encargan del área de ventas, logística y facturación de los productos. Se encuentra registrado en el Registro Único del Contribuyente (RUC) con el código 1204047359001; por consiguiente, se detalla las problemáticas encontradas.

La Distribuidora Aguilar en su mayoría distribuye productos a minoristas que presentaron su descontento con el trato recibido por parte de los vendedores de la empresa. Siendo esto reflejado en las ventas del periodo 2021 donde se obtuvo un 2% en comparación con el periodo 2019 donde se registró un 15% más de crecimiento de ventas. Por su parte, se encontró que existe ausencia de comunicación efectiva en el personal generando un bajó su rendimiento de sus actividades dentro de la distribuidora, lo que impacta directamente en la productividad y rentabilidad de la misma. Por otro lado, se detectó que existen conflictos constantes entre los empleados, ocasionando un ambiente de tensión, pésimo ambiente laboral y actitudes negativas todo el tiempo, siendo señales claras de problemas de comunicación.

Por otro lado, dentro de la empresa existe una carencia de información confiable y oportuna que les permita tomar decisiones que contribuyan a la solución de problemas, puesto que esa deficiencia de información ha traído consigo consecuencias de pérdida de clientes potenciales de la distribuidora. En relación al apartado anterior, se detectó que los asesores de venta no les dan seguimiento a los clientes en la postventa, lo que ocasiona la pérdida de ese vínculo con los usuarios y no puedan informarles de las promociones, recomendarles nuevos

productos o a su bien desarrollar nuevas estrategias para que los clientes regresen a comprar. En este punto, se encontró que los colaboradores no realizan ese seguimiento de post venta a la clientela, lo que genera esa pérdida de feedback con los usuarios, esto ocasiona que no se fidelice a los compradores y por consecuencia la empresa no se posicione dentro de la ciudad.

Otro de los problemas detectados en la distribuidora, es la falta de capacitación al personal, lo que origina esa ausencia en actualización de conocimientos de los productos que ofertan y sobre todo no pueden desarrollar su desempeño personal dentro de la empresa, afectando directamente a la productividad de la misma. De tal forma, la problemática radica en que la Distribuidora Aguilar presenta una ineficiencia con respecto al servicio de atención al cliente, por ende, no establece una relación con sus consumidores, no generan ese interés comercial, mayor interacción y mucho menos contribuye a mejorar la reputación de la empresa, dado que los compradores en su mayoría no solo requieren de buenas promociones, sino de obtener una buena experiencia en todas las fases de su compra.

En efecto, es elemental potencializar la cultura de servicio al cliente en los asesores de la Distribuidora Aguilar, de modo que en la actualidad una pésima atención afecta directamente a las ventas de la empresa, compromete su imagen empresarial y trae consigo como consecuencia el poner en riesgo su rentabilidad. Por ende, el objetivo del presenta caso de estudio está relacionado con la evaluación de la calidad de servicio al cliente y su incidencia en la disminución de ventas de la distribuidora en el periodo 2021.

JUSTIFICACIÓN

El presente caso de estudio pretende demostrar como los continuos desaciertos en la atención al cliente por parte de los ejecutivos de ventas de la distribuidora de plástico y calzado Aguilar inciden en la disminución de las ventas dentro de la empresa, lo que generó una afectación en la productividad de la organización durante el periodo 2021, durante este trabajo se procura detallar cual fue el trato de los colaboradores del área de ventas hacia la clientela de la Distribuidora Aguilar, ya que desde su apertura al público y siendo administrada por su propietario el Sr. Nelson Aguilar Contreras la empresa no pudo mantener su nivel de rentabilidad durante el periodo de 2021.

Por medio del presente caso de estudio se busca evidenciar la importancia de manejar un buen servicio de atención al cliente, dado que el mismo ofrece ventajas competitivas enormes que no sólo contribuyen a la lealtad de los clientes, sino también a la adquisición de nuevos clientes, por otro lado, este estudio de caso va dirigido hacia los propietarios de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Babahoyo, dado que, al analizar los beneficios de poseer una cultura de atención al cliente, genera un aspecto favorecedor para su crecimiento local y nacional.

Finalmente, para la obtención de resultados o compilación de información que permita corroborar con el objetivo de este proyecto se ha empleado una metodología de investigación mixta, es decir cualitativa y cuantitativa; utilizando instrumentos como la entrevista que está dirigida al administrador de la distribuidora y la encuesta que está dirigida hacia un grupo de clientes, los mismos que están registrados en una base de datos dentro del sistema de la empresa.

OBJETIVOS DE ESTUDIO

GENERAL

- Evaluar la calidad del servicio de atención al cliente en la disminución de las ventas en la distribuidora de plástico y calzado Aguilar del cantón Babahoyo en el periodo 2021.

ESPECÍFICOS

- Determinar cómo se lleva el proceso de servicio al cliente en la distribuidora Aguilar del cantón Babahoyo en el 2021, mediante una entrevista al propietario.
- Identificar las falencias en el servicio de atención al cliente por medio de una encuesta a los clientes.
- Recomendar estrategias para mejorar el servicio al cliente.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Este estudio de caso se encuentra apoyado bajo la línea de investigación de la carrera de Comercio, titulada: Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control. Teniendo en cuenta que la Distribuidora de Plástico y Calzado Aguilar desde la ejecución de ventas origina la aparición de gestiones en forma sistemática de aplicación netamente financiera.

Por su parte, se establece que la sub-línea de investigación que dirige el proyecto se denomina Empresas e Instituciones Públicas y Privadas, dado que pertenece a un modelo de negocio del sector privado, ya que la comercializa productos tanto a mayoristas como minoristas.

MARCO CONCEPTUAL

Las distribuidoras son empresas que compran productos, bienes o servicios y los comercializan a otras personas para obtener ganancias. Son llamadas también mayoristas. Ciertas distribuidoras venden de forma individual pequeñas cantidades de productos por cada pedido y se les denomina minoristas (Rojas, 2022). Para poder manejar este tipo de empresas se requiere de conocimientos de administración, pero sobre todo de ventas.

Por su parte, la Distribuidora de plástico y calzado Aguilar del cantón Babahoyo, es una empresa que se dedica a distribuir productos en materiales de plástico, tales como: roperos, mesas, sillas, anaqueles, cestos para desechos orgánicos e inorgánicos; también distribuye calzados para adultos y niños. Surgió en 2018 bajo la idea de un negocio personal por parte del Sr. Nelson Aguilar. No obstante, en 2021 se convirtió en una entidad que brinda empleo a seis personas más, quienes se encargan del área de ventas, logística y facturación de los productos.

Esta empresa que está ubicada en Barrio Lindo cuenta con un local amplio donde la clientela puede visualizar con facilidad los productos que poseen y comprar en el momento lo que deseen adquirir; el área de ventas cuenta con tres colaboradores que son los encargados de promocionar los productos y de gestionar a la clientela; mientras que en el área de logística se encuentran dos colaboradores que son los responsables de mover, limpiar y entregar los productos comprados por los usuarios; en el área de facturación se encuentra un colaborador quien es encargado de facturar el producto solicitado por los consumidores de la empresa.

En este contexto, la empresa posee un camión donde oferta el servicio de entrega a domicilio a los clientes que viven dentro y fuera de la ciudad de Babahoyo, mismo que es conducido por el propietario de la entidad el Sr. Nelson Aguilar. Por otro lado, a pesar de contar con un amplio equipo de colaboradores la Distribuidora ha venido presentando quejas por parte la clientela, dado que manifiestan que la atención recibida por los vendedores ha sido ineficiente

y de pésima calidad lo que ha generado descontento al momento de comprar. Por consiguiente, el servicio al cliente llamado como atención al cliente es un instrumento empleado por el marketing, ya que interviene en la gestión de crear esa conexión con los clientes, por medio de diversos canales, para entablar relaciones directamente con ellos, antes de la venta, durante y después de compra (Silva D. D., 2020).

El servicio de atención al cliente puede manifestar por medio componentes tangibles, así como también de las comodidades que puede ofrecer un local, el acceso, entorno, espacio de venta, la cortesía de los vendedores, etc.; además, puede ser de origen virtual, cuando se habla de ofrecer una atención al cliente a través de un sitio web o una aplicación móvil (Camara Madrid, 2021).

En la actualidad, (Silva D. , 2021) el customer service o atención al cliente es uno de los aspectos con mayor relevancia dentro de las estrategias empresariales, dado que potencializan a los consumidores antes, durante y después de su compra. Incluyendo aspectos como el asesoramiento, atención personalizada o la capacidad de entender las necesidades de los clientes. Desde diferentes perspectivas el servicio al cliente es tan importante, puesto que le ofrece a la empresa aumentar las ventas, contribuye a fidelizar a los clientes, ofrece de forma directa competitividad, pero sobre todo le brinda rentabilidad a la empresa; a través de las ventas recurrentes le proporciona estabilidad a la organización (Reyes, 2022).

Cabe señalar, hoy en día en el mercado que se encuentran las empresas es mucho más competitivo que en tiempos anteriores, por lo tanto hace que el servicio en sí mismo no sea lo único que oferte la compañía, no obstante este resulta ser un aspecto beneficioso que marca la diferencia del resto de empresas, puesto que genera ese valor agregado a la imagen corporativa, en consecuencia ofrece una vertiginosa ventaja una correcta atención al cliente (Atcom, 2018).

Por su parte, los clientes en la actualidad son mucho más exigentes que antes, ya no sólo calidad o precio, sino también, un buen servicio de atención, un ambiente satisfactorio, cómodo, un servicio rápido y trato personalizado. En consecuencia, los colaboradores deben mantener en sus mentes que ofrecer un servicio de calidad provee de beneficios directos para el crecimiento de la empresa como tal.

Varias investigaciones manifiestan que el 33% de los clientes que han cambiado de marca, es por la atención al cliente que han recibido, por ende, no escatimaron en cambiar de empresa, puesto que hoy en día los consumidores son más exigentes y por su parte prefieren pagar más por un buen servicio. En resumen, las empresas no pueden darse el lujo de perder clientela, ya que los tiempos son difíciles y cuidar de ellas es primordial para mantener su estabilidad en el mercado (Cigoña, 2020).

Por otra parte, (Silva D. , 2021) menciona, que los asesores comerciales son expertos conocedores de la gestión en ventas, por lo tanto, son responsables del crecimiento de la empresa en el mercado en el que opera. Entre sus principales objetivos se encuentra el monitoreo constante de todas las actividades que se realizan dentro de las ventas en la empresa, está capacitándose continuamente y respondiendo a todas sus funciones de la mejor manera.

Entre las aptitudes que debe poseer un buen asesor de ventas están: habilidades de comunicación, asertividad, organizado, constante para aprender e innovarse, forma de hablar y correcto lenguaje siendo esta última uno de las aptitudes más importantes, dado que si es amable y sabe cómo dirigirse a su clientela conseguirá una construcción esencial en la relación comercial. Otro punto a destacar es la presentación personal, vestir correctamente y mantener un buen cuidado marca la diferencia, pues es la primera y única impresión que se lleva el cliente.

El continuo error de algunos asesores comerciales es que poseen un discurso, les urge soltarlo y empezar a persuadir al cliente, sin embargo, cuando el cliente está comenzando a

hablar, apenas es un momento de pausa para poder seguir escuchándolo y comprender cuáles son sus necesidades, dando por desentendido lo que está mencionando el cliente. Aunque parezca extraño, las cualidades que debe poseer un buen vendedor no radican en la capacidad que tenga para convencer, sino en la destreza que tenga para escuchar (Recursos para Pymes, 2019). La venta es un proceso netamente emocional y las emociones se transmiten, se contagian y son detectables mediante el lenguaje no verbal, como los gestos, el contacto visual, la postura o expresión facial. Es inasequible estar motivado a vender un producto o servicio por lo que, realmente, no estás completamente entusiasmado. No obstante, lo que es peor es fingir que lo estas. El buen asesor comercial crea nuevos contactos, alimenta las relaciones, trata de ayudar, es sincero con las mismas.

De la misma forma, la meta principal de cualquier empresa sea pequeña, mediana o grande está relacionada con la capacidad que tenga de producir buenos resultados independientemente de cuál sea su visión, siempre buscará obtener los mejores resultados posibles. Por consiguiente, la extenuante búsqueda de eficiencia y/o eficacia en todos los procedimientos que realiza la empresa, se encuentra dentro de todas sus prioridades. (Verastegui, 2021).

Para que una organización sea productiva debe enfocarse en el grupo humano que es su activo más valioso; también, debe ser la más empática y transparente posible, la fuerza laboral logrará que la empresa tenga su identidad y logre su crecimiento en unión equitativa. La productividad es muy sustancial en las empresas porque aumenta la tendencia de crecimiento empleando los mismos recursos y satisfaciendo las necesidades de su público objetivo, al mismo tiempo de que obtiene la igualdad de productos, pero utilizando menos recursos, tales como: reducción de horas de trabajo. Es por esto que los países del primer mundo son capaces de disfrutar de grandes garantías en ganancias, ya que conocen el mecanismo que permite expandirse mucho más rápido sin necesidad de agotar todos sus recursos (Martinez J. , 2020).

Por otro lado, (Gerencie, 2021) menciona que la rentabilidad es considerada como la remuneración que se percibe anualmente de un negocio invertido de una empresa consolidada. El universo de las finanzas la denomina también como los dividendos que son percibidos de una compañía establecida. Por su parte, la rentabilidad es representada a través de porcentaje (relativa) o en valores (absoluta).

Para (Martinez C. , 2021) la rentabilidad es netamente los beneficios que se obtiene por medio de una inversión en un negocio o activos. Detalla si existen ganancias o pérdidas durante un ciclo contable a través de dos o todas las inversiones que los socios hayan realizado en la empresa, por lo tanto, aumentar la rentabilidad de una empresa es sustancial para conocer si las decisiones fueron las más acertadas durante ese ciclo de la empresa. Es importante mencionar que mantener la rentabilidad dentro de una empresa requiere de establecer el valor invertido y el ciclo durante el cual se realizado la inversión.

Por su parte, es importante manifestar que las pequeñas y medianas empresas deben desarrollarse en un ambiente de mejora continuo, que les permita proyectarse a un crecimiento sostenible a través del tiempo, con la finalidad de posicionarse y perdurar en el mercado, con convenientes fuentes de financiamiento. Por la envergadura e importancia que tienen en el crecimiento y desarrollo de la economía, las Pymes son consideradas agentes importantes dentro del mercado económico y sobre todo financiero. Además, representan el 63% de la producción comercial del país.

El vicepresidente ejecutivo de American Express mencionó que un buen servicio al cliente es una ventaja competitiva muy importante para cualquier empresa sea pequeña o grande, puesto que facilita el negocio y prioriza la necesidad de su clientela. Por su parte, si los consumidores tienen una mala experiencia con la empresa es probable que no vuelva a comprar y por ende no la recomiende con sus familiares o amigos.

Bajo estas premisas, la Distribuidora de Plásticos y Calzados Aguilar debe procurar que el cliente no sea mal atendido y para que no deje de visitar la empresa. Siempre se debe pensar que habrá una oportunidad en la que quieran necesitar de nuestros servicios o productos, aunque en aquella oportunidad no lo haya necesitado. Un cliente bien atendido; aunque no compre, es una persona que potencialmente recomendará la marca con otros posibles clientes.

Por lo general, un pésimo servicio al cliente contribuye a obtener menos clientes, por consecuencia menor ventas y menor ganancia para la empresa. Por ejemplo, si una organización no invierte en capacitaciones al personal, los niveles de y calidad de servicio disminuyen notoriamente, lo que supone, en última instancia, pérdidas para el negocio. En otras palabras, los clientes necesitan sentirse comprendidos, escuchados y atendidos. Uno de los aspectos que caracterizan una buena atención al cliente es el uso del lenguaje y los tonos correctos.

Cabe destacar, que estos aspectos influyen de manera directa en la reputación de la empresa afectando la producción de ventas de la misma. Es importante mencionar, un usuario complacido es la estrategia de publicidad más eficaz para una empresa u organización, dado que por medio de su recomendación atraerá clientes potenciales al punto donde se efectúan las ventas, dado que los clientes que son recomendados ya tienen varias sugerencias de la calidad de servicio al cliente que la empresa ofrece.

Por otro parte, se puede enumerar algunas de las consecuencias más comunes que se perciben por no ofrecer una correcta atención al cliente, por ejemplo: deslealtad de los usuarios, disminución de cartera de clientes, pérdidas de capital, inversión en capacitación de personal, la rentabilidad del negocio corre peligro. En este contexto, la empresa debe generar estrategias de marketing y publicidad que le permitan mejora su aspecto institucional, lo que compromete a un costo de inversión más elevado (Cortés, 2018)

MARCO METODOLÓGICO

Para el presente estudio de caso se emplea una investigación de campo, a su vez se encuentra apoyada en el método descriptivo. La metodología es de categoría mixta, es decir se utiliza métodos cualitativos y cuantitativos los cuales permiten sustentar cómo la incide el servicio de atención al cliente en la disminución de las ventas en la distribuidora de plástico y calzado Aguilar del cantón Babahoyo en el periodo 2021.

De tal manera, para recopilar información necesaria se emplearon los siguientes instrumentos:

Entrevista: Se procedió a realizar una entrevista con el propósito de mantener contacto de forma más directa con el gerente de la Distribuidora Aguilar el señor Nelson Luis Aguilar Contreras, se realizó una serie de preguntas abiertas basadas en los factores que afectan el mal servicio de atención al cliente.

Encuesta: Se realizó una encuesta a los clientes la cual permitió conocer cómo se sienten con respecto al servicio de atención que le brindan los colaboradores de la Distribuidora Aguilar, la cual nos será de vital importancia para la valoración de la empresa en el área de ventas.

Instrumentos: Para la realización de la encuesta y la entrevista, se utilizaron un cuestionario para la encuesta y un guion de entrevista, los cuales permitieron obtener mayor información sobre la problemática de la Distribuidora Aguilar.

Población: Para la obtención de la población a encuestar se recopiló desde una base de datos que posee la Distribuidora Aguilar con una cantidad de doscientos clientes. Para la totalidad de la muestra que representa a toda la población a estudiar en este trabajo investigativo es de ciento treinta y dos personas.

RESULTADOS

Tabla #1.- Resultados de la entrevista

ORDEN	CUESTIONAMIENTO	ASPECTOS RELEVANTES
1	¿Qué tipo de servicio al cliente realiza la Distribuidora Aguilar?	Realizamos el servicio al cliente personalizado, es decir visitamos a nuestros clientes de forma presencial en sus locales.
2	¿Según su opinión cual son los factores que afectan en la disminución de las ventas de la Distribuidora Aguilar?	La falta de conocimiento sobre los productos que ofertamos en la distribuidora.
3	¿Cómo Gerente que considera que les falta a los colaboradores de la Distribuidora para obtener mejores resultados?	Capacitación, considero que capacitar a mis colaboradores será fundamental para que puedan mejorar los resultados de las ventas.
4	¿Cómo identifican los clientes potenciales?	Los que llegan por recomendación de clientes, ellos vienen decididos a comprar lo hemos notado a simple vista.
5	¿Qué acciones toma cuando los ejecutivos en ventas no cumplen sus objetivos establecidos?	Converso directamente con ellos, sin embargo, nunca he tomado medidas más severas.
6	¿Cada que tiempo capacita a sus colaboradores para brindar un mejor servicio al cliente?	Cada inicio de semana nos reunimos para analizar las falencias, pero siendo honesto me ha hecho falta reforzar el tema de atención al cliente.

Fuente: Entrevista aplicada al Gerente de la Distribuidora Aguilar

Autor: Flavio Ricardo Chang Mora

Tabla #2 Diagnóstico del Servicio al cliente de la Distribuidora de plasticos y calzado Aguilar

ORDEN	ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Excelente	10	25%
2	Muy buena	5	12,5%
3	Buena	3	7,5%
4	Regular	20	50%
5	Deficiente	2	5%
6	TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Distribuidora Aguilar

Autor: Flavio Ricardo Chang Mora

Tabla #3 Frecuencia con la que los ejecutivos en ventas brindan información cuando salen productos nuevos

ORDEN	ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Siempre	5	30%
2	Casi siempre	5	30%
3	Rara vez	12	15%
4	A veces	18	30%
5	Nunca	0	0%
6	TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Distribuidora Aguilar

Autor: Flavio Ricardo Chang Mora

Tabla #4 Capacidad para llegar a los clientes por parte de los ejecutivos en ventas de la Distribuidora Aguilar

ORDEN	ASPECTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Excelente	9	22,5%
2	Muy buena	2	5%
3	Buena	2	5%
4	Regular	21	52,5%
5	Deficiente	6	15%
6	TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la Distribuidora Aguilar

Autor: Flavio Ricardo Chang Mora

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir de la aplicación del cuestionario de encuesta se pudo constatar cómo es el servicio de atención al cliente por parte de los colaboradores de la Distribuidora Aguilar no tienen una buena predisposición al momento de atenderlos, por ende, desde ese momento su servicio de atención no es satisfactorio para ellos y se verá reflejado en la disminución de ventas. Cabe destacar, que desde la percepción de los clientes refirieron en que la Distribuidora no está cumpliendo de manera eficiente con las garantías ofrecida, esto está causando molestias a los clientes y la credibilidad de los ejecutivos en ventas se ve afectada. Consideran que el servicio al cliente que genera la Distribuidora Aguilar presenta muchas falencias al momento de la recepción de pedidos y la entrega de la mercadería.

La Distribuidora Aguilar brinda la ayuda ante los reclamos como averías y devoluciones. Cabe recalcar, que la inconformidad de los encuestados por el tiempo que se demoran en realizarlo. Desde el punto de vista de los clientes, quienes en su mayoría manifestaron que la falta de comunicación de los ejecutivos en ventas acerca de los productos nuevos trae consigo una desventaja con la competencia del sector, dado que como minoristas y mayoristas necesitan que se les explique con mayor profundidad sobre las características de los productos actuales para tener variedad en su local y generar una mejor atención a su clientela.

Por medio de la segunda técnica se entabló una entrevista, a través de ese instrumento se pudo conocer de forma más directa cómo ha incidido la atención al cliente en la productividad de la Distribuidora Aguilar, dado que es sustancial obtener el testimonio del propietario de la empresa.

El Sr. Nelson Aguilar en primera instancia manifestó que desde el 2018 donde apertura su distribuidora hasta el 2021 fue en ascenso gracias al trabajo en equipo que trabajaba para él; nunca hubo inconveniente alguno, ni si quiera por la recesión que se vivió en 2020 producto de

la pandemia. No obstante, los colaboradores que iniciaron salieron por mejores oportunidades laborales. Desde 2021 el área de ventas se restituyó y en la actualidad existen 3 colaboradores encargados de atender a la clientela.

Por su parte, manifestó que en varias ocasiones ha venido percibiendo cierto descontento por parte la clientela por el trato que reciben de los vendedores, esto debido a que no son cordiales y no conocen muy bien sobre los productos que ofertan dentro del local. Esto le ha generado preocupación, ya que de las ventas es que se mantiene la rentabilidad de su empresa. En este contexto, acotó que la capacitación a su personal no ha sido constante, dado que no había tenido inconvenientes de esta magnitud, sin embargo, ha considerado el hecho de realizarlas lo más pronto posible ya que es importante mantener una buena disposición con la clientela.

Por otra parte, en la entrevista se percibió que los colaboradores en general no poseen una cultura de atención al cliente, por lo que es natural para ellos mantener la postura que tienen con respecto a la clientela que ingresa a la Distribuidora. De tal manera, todos los resultados obtenidos enfatizan en la decadente atención al cliente que poseen los colaboradores del área de ventas de la Distribuidora Aguilar por lo que es importante capacitar al personal, para que muestren una mejor predisposición no solo al momento de la compra, sino siempre que puedan hacerlo

CONCLUSIONES

En la Distribuidora de Plásticos y Calzado Aguilar se evidencian deficiencias en la calidad de servicio al cliente y cultura organizacional, de acuerdo a las encuestas realizadas a los clientes se puede analizar que cuenta con poca predisposición para atender a la clientela, no brindan seguimiento post venta, no generan ese feedback con los clientes, lo que ha dado como resultado de manera directa en la disminución de las ventas en el periodo 2021. Por otra parte los colaboradores no brindan la información adecuada al momento de surgir productos nuevos que oferta la empresa hacia los clientes en su mayoría minoristas, este tipo de situaciones influyen en el crecimiento de la empresa y por ende afecta su rentabilidad

Los inconvenientes encontrados en el servicio de atención al cliente se producen debido a una escasa capacitación para los trabajadores de esta área lo que no ha permitido un mejor desenvolvimiento en cuanto al cierre de ventas; por otro lado. Cabe señalar, que la empresa se ha visto afectada en la productividad debido a que los colaboradores al no fidelizar a la clientela no han contribuido a que la misma recomiende la empresa, siendo este uno de sus principales obstáculos para su desarrollo económico dentro de la ciudad.

El gerente no aplica métodos de evaluaciones a su equipo de trabajo lo que genera escenarios de desconocimiento para él de cómo sus colaboradores realizan sus funciones al momento de atender a un cliente. Estamos viviendo en una economía competitiva y cambiante en donde los productos y servicios son mucho más variados; y también los usuarios o consumidores se tornan cada vez más exigentes.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a la Distribuidora Aguilar establecer planes de acción a los clientes, enfocados a implementar una cultura organizacional y calidad de servicio, estableciendo parámetros de servicio al cliente que deberá ser impartido a todos los colaboradores para su cumplimiento, con el objetivo de brindar una excelente calidad de atención. A su vez una planificación adecuada de seguimiento de clientes postventa, dado que los colaboradores deben mantener esa asociación con los clientes; de modo que, este prefiera la marca y la refiera a otros consumidores. Siendo el último apartado, indispensable, ya que le permitirá a la Distribuidora Aguilar posicionarse y generar mayores ingresos económicos.

Por consiguiente, se recomienda que tanto el administrativo como área de venta reciban capacitaciones regularmente para mejorar su desempeño al momento de tratar con los usuarios, dado que capacitarse les permite tener los conocimientos, generando un valor agregado a los productos que la empresa tiene a disposición de los compradores y a su vez proporciona ventajas ante otras empresas dedicadas a la distribución de calzado y plástico en la ciudad.

El gerente de la Distribuidora de plásticos y calzados debe gestionar evaluaciones de manera constante para reconocer las falencias de cada uno de sus asesores y poderlas corregir a tiempo. Después de unos 6 meses de aplicar los planes de acción propuesto anteriormente, se debería realizar una encuesta a los colaboradores para conocer el nivel de aceptación que han tenido en el personal.

Referencias Bibliográficas

- Atcom. (29 de enero de 2018). *IMPORTANCIA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE*. Obtenido de <https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente>
- Camara Madrid. (29 de noviembre de 2021). *Instituto de Formación Empresarial*. Obtenido de <https://www.mba-madrid.com/marketing/servicio-al-cliente/>
- Cigoña, J. R. (25 de septiembre de 2020). *Sage*. Obtenido de 10 beneficios de una buena atención al cliente: <https://www.sage.com/es-es/blog/10-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Cortés, G. (25 de junio de 2018). *InformaBTL*. Obtenido de 10 consecuencias de no ofrecer un buen servicio al cliente en tu negocio: <https://www.informabtl.com/10-consecuencias-ofrecer-buen-servicio-al-cliente/>
- Díaz, P. (13 de mayo de 2018). *Scielo*. Obtenido de Metodología de investigación en educación médica: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009#:~:text=Es%20un%20instrumento%20t%C3%A9cnico%20que,planteadas%20sobre%20el%20problema%20propuesto%20.
- Gerencie, J. (5 de noviembre de 2021). *Gerencie*. Obtenido de Rentabilidad: <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>
- Martinez, C. (2 de noviembre de 2021). *DripC*. Obtenido de Definición e importancia para la rentabilidad de tu empresa: <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/que-es-roa>
- Martinez, J. (4 de noviembre de 2020). *Econosublime*. Obtenido de LA PRODUCTIVIDAD Y SU IMPORTANCIA: <http://www.econosublime.com/2019/04/que-es-productividad-importancia.html>
- Recursos para Pymes. (19 de junio de 2019). *Las 13 cualidades de un buen vendedor*. Obtenido de Pymes: <https://recursosparapymes.com/cualidades-buen-vendedor/>
- Reyes, K. (1 de enero de 2022). *Nube*. Obtenido de Las claves para entender la importancia del servicio al cliente: <https://www.tiendanube.com/blog/mx/importancia-del-servicio-al-cliente/>
- Rojas, M. (02 de marzo de 2022). *Emprendices*. Obtenido de ¿Qué es un distribuidor?: <https://www.emprendices.co/que-es-un-distribuidor/>
- Silva, D. (29 de enero de 2021). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Qué es customer service y cómo implementarlo con éxito: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-customer-service/>
- Silva, D. (5 de julio de 2021). *Zendesk*. Obtenido de Asesor de ventas: ¿qué es y cuáles son sus funciones?: <https://www.zendesk.com.mx/blog/asesor-ventas-que-es/#:~:text=Un%20asesor%20de%20ventas%20es,el%20buen%20funcionamiento%20del%20negocio.>
- Silva, D. D. (1 de junio de 2020). *Zendesk*. Obtenido de ¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Verastegui, G. (21 de octubre de 2021). *LinkedIn*. Obtenido de La importancia de la productividad en las empresas: <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-productividad-en-las-empresas-ramos-verastegui>

ANEXOS

ANEXOS #1

FICHA DE ENTREVISTA AI GERENTE DE LA DISTRIBUIDORA AGUILAR

**SERVICIO AL CLIENTE DE LA DISTRIBUIDORA DE PLÁSTICO Y CALZADO AGUILAR
DE LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL PERIODO 2021.**

Objetivo: Analizar el diagnóstico del gerente en la Distribuidora con sus colaboradores

- 1. ¿Qué tipo de Servicio al cliente realiza la Distribuidora Aguilar?**
- 2. ¿Según su opinión cual son los factores que afectan en la disminución de las ventas de la Distribuidora Aguilar?**
- 3. ¿Cómo Gerente que considera que les falta a los colaboradores de la Distribuidora para obtener mejores resultados?**
- 4. ¿Cómo identifican los clientes potenciales?**
- 5. ¿Qué acciones toma cuando los ejecutivos en ventas no cumplen sus objetivos establecidos?**
- 6. ¿Cada que tiempo capacita a sus colaboradores para brindar un mejor servicio al cliente?**

ANEXOS #2

FICHA DE ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA DISTRIBUIDORA AGUILAR

Objetivos: Desarrollar un diagnóstico de la situación actual del servicio de atención al cliente, mediante encuestas aplicada a los clientes de la Distribuidora.

1. ¿De qué manera usted recibe la atención por parte de los ejecutivos en ventas?

Presencial en local

Presencial en casa

Virtual

Otros

2. ¿Cree usted que los ejecutivos en ventas tienen una buena predisposición al momento de atenderlo?

Siempre

Casi Siempre

A Veces

Rara Vez

Nunca

3. ¿La Distribuidora Aguilar cumple con las garantías ofrecidas?

Siempre

Casi siempre

A veces

Rara vez

Nunca

4. ¿Cómo califica el Servicio al cliente de la Distribuidora Aguilar es eficaz?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Deficiente

Nunca

5. ¿Con que frecuencia la distribuidora brinda ayuda en la solución de reclamos?

Siempre

Casi siempre

A veces

Rara vez

Nunca

6. ¿Cómo evaluaría la capacidad para llegar a los clientes por parte de los ejecutivos en ventas de la Distribuidora Aguilar?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Deficiente

7. ¿Con que frecuencia los ejecutivos en ventas brindan información cuando salen productos nuevos?

Siempre

Casi siempre

A veces

Rara vez

Nunca

8. ¿Qué criterio le merece de la forma en que administra la Distribuidora Aguilar?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Deficiente

9. ¿Según su opinión, que grado de atención tienen los ejecutivos en ventas?

Muy alta

Alta

Media

Baja

ANEXOS #3

Datos:

n= El tamaño de la muestra

N= tamaño de la población. 200

σ = Desviación estándar de la población 0,5

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza, se lo toma en relación con el

95% de confianza equivale a 1,95

e= Limite aceptable de error muestral

$$n = 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 200 / 0,05^2 (200 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50$$

$$n = 192,08 / 0,0025 (199) + 0,9604$$

$$n = 132$$

ANEXOS #4

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Babahoyo, 17 de Julio del 2022

Sr. Nelson Aguilar
Propietario de la Distribuidora Aguilar
En su despacho.

De mis consideraciones:

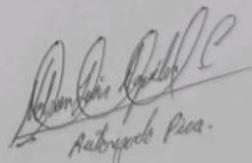
Yo, **Flavio Ricardo Chang Mora** con cédula de identidad **1207066190** estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, carrera Comercio, matriculado en el proceso de titulación periodo abril – septiembre 2022, le solicito a usted de la manera más acomedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi caso de estudio, denominado: **SERVICIO AL CLIENTE DE LA DISTRIBUIDORA DE PLASTICOS Y CALZADO AGUILAR EN LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2021**. El cual es un requisito indispensable para mi titulación.

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

Muy atentamente

Flavio R. Chang
Flavio Chang Mora

C.I.1207066190



Nelson Aguilar Contreras

Nelson Aguilar Contreras

C.I.1204047359



CHANG MORA FLAVIO RICARDO

< 1%
Similitudes



0% Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: CHANG MORA FLAVIO
RICARDO.docx
Tamaño del documento original: 38,12 ko
Autor: []

Depositante: undefined undefined
Fecha de depósito: 10/8/2022
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 10/8/2022

Número de palabras: 5073
Número de caracteres: 32.990

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuente principal detectada



N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1 < 1%	El documento proviene de mi biblioteca de referenciaspalabras)	VINUEZA MEJIA LILIAN ROCIO.docx VINUEZA MEJIA LILIAN ROCIO #c7c9d9		Palabras idénticas : < 1% (30)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1 <https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente>
- 2 <https://www.mba-madrid.com/marketing/servicio-al-cliente/>
- 3 <https://www.sage.com/es-es/blog/10-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>
- 4 <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>
- 5 <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/que-es-roa>