



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**JUNIO - OCTUBRE 2023**

**EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**LICENCIATURA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:**

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL AGRO SERVICIO “EL PUEBLO”, EN LA  
PARROQUIA FEBRES CORDERO, PERIODO 2022.**

**EGRESADO:**

**EDWIN EDDY TOAPANTA OLIVO**

**TUTOR:**

**JORGE JOSÉ CAICEDO FLORES**

**AÑO 2023**

## Resumen

El agro servicio "El Pueblo" es una empresa autónoma ubicada en el recinto Pueblo Nuevo, perteneciente a la parroquia Febres Cordero. Su principal actividad es la comercialización de insumos agrícolas al por mayor y menor en la zona y sus alrededores. Durante el periodo 2022, se llevó a cabo un estudio enfocado en evaluar la calidad de la atención al cliente en esta empresa.

El análisis de la atención al cliente se centró en diversos aspectos, como la satisfacción del cliente, la eficiencia en la atención, la disponibilidad y conocimiento de los productos, la amabilidad y empatía del personal, y la resolución de problemas. Se recopilaron datos a través de encuestas, observaciones directas y análisis de interacciones con los clientes.

Los resultados muestran que la atención al cliente en el agro servicio "El Pueblo" durante el año 2022 fue generalmente positiva. La mayoría de los clientes expresaron satisfacción con la atención recibida, destacando la amabilidad y disposición del personal para ayudar y brindar información sobre los productos agrícolas. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora, como tiempos de espera en algunos casos y oportunidades para ampliar el conocimiento del personal sobre ciertos productos específicos.

Con estos hallazgos, se proponen recomendaciones para fortalecer la atención al cliente, como la implementación de capacitaciones periódicas para el personal, estrategias para reducir los tiempos de espera y la optimización de la disponibilidad de productos agrícolas. Estas sugerencias tienen como objetivo continuar mejorando la experiencia del cliente en el agro servicio "El Pueblo" y fortalecer su posición en el mercado de insumos agrícolas en la zona y sus alrededores. Este resumen está basado en la información proporcionada y tiene como objetivo capturar los aspectos clave del estudio sobre la atención al cliente en el agro servicio "El Pueblo" durante el año 2022. Si hay más detalles o especificaciones que desees agregar, no dudes en indicármelo.

## Summary

The agro service "El Pueblo" is an autonomous company located in Pueblo Nuevo, in the Febres Cordero parish. Its main activity is the commercialization of agricultural inputs at wholesale and retail in the area and its surroundings. During the period 2022, a study was carried out to evaluate the quality of customer service in this company.

The analysis of customer service focused on various aspects, such as customer satisfaction, customer service efficiency, product availability and knowledge, staff friendliness and empathy, and problem solving. Data were collected through surveys, direct observations and analysis of customer interactions.

The results show that customer service at the "El Pueblo" agro-service during 2022 was generally positive. Most clients expressed satisfaction with the attention received, highlighting the friendliness and willingness of the staff to help and provide information on agricultural products. However, areas for improvement were identified, such as waiting times in some cases and opportunities to expand staff knowledge about specific products.

Based on these findings, recommendations are proposed to strengthen customer service, such as implementing periodic training for staff, strategies to reduce waiting times, and optimizing the availability of agricultural products. These suggestions are aimed at continuing to improve the customer experience at "El Pueblo" Agroservices and strengthening its position in the agricultural inputs market in the area and surrounding areas.

This summary is based on the information provided and aims to capture the key aspects of the study on customer service at "El Pueblo" Agroservices during the year 2022. If there are more details or specifics you would like to add, feel free to let me know.

## Índice

1. Planteamiento del problema .....	1
2. Justificación.....	4
3. Objetivo del caso de estudio .....	5
4. Línea de investigación.....	6
5. Articulación del Estudio de Caso con el Trabajo de Prácticas Pre-Profesionales.....	7
6. Marco Conceptual .....	8
7. Marco Metodológico .....	19
8. Resultados .....	20
9. Discusión de Resultados .....	26
10. Conclusiones .....	28
11. Recomendación .....	29
12. Referencias Bibliográficas .....	30
13. Anexos.....	32

## **1. Planteamiento del problema**

El agro servicio “EL PUEBLO” con ruc 1204821563001 con representante legal el ing. Billy miguel Revilla Bazán, de esta empresa privada dedicada a la comercialización de productos e insumos agrícola en el recito Pueblo Nuevo y sectores aledaños. Esta empresa nació con el fin de satisfacer las necesidades de los agricultores en dicha localidad con el fin de brindar productos de calidad y asesoramiento para los cultivos. En el 2019 presento a sus clientes lo último en herramientas para trabajo en el campo mostrándoles lo eficiente que puede ser una maquina agrícola y lo útil que es adquirir una de ellas, demostrando que la empresa tiene los mejores productos para el trabajo arduo que realizar los agricultores.

En este establecimiento se ha observado los siguientes problemas: EL agro servicio “EL PUEBLO” ha presentado en los últimos meses una baja en las ventas ya que la atención a los clientes es poco eficiente y al no contar con un equipo de trabajo siendo el quien administra y atiende a sus clientes lo hace menos productivo a la hora de despechar a cada uno de sus clientes. Reflejando una mala imagen de la empresa ya que se vuelve más ineficiente por el aumento de responsabilidades dentro de ella brindado un pésimo servicio de atención al cliente.

El agro servicio “EL PUEBLO” también carece de estrategias de marketing ya que no cuenta con las condiciones adecuadas para publicitar cada uno de sus productos y servicios, ya que no incentiva a que aparezcan un posible comprador potenciales o a su vez que aparezca un cliente informado que haya visto o escuchado de los servicios ofertados por algún medio de comunicación. la empresa muestra valores muy bajos en publicidad y carecer de estrategias de marketing y hace que la empresa no se expanda a nuevos horizontes en espacios de publicidad.

La empresa al tener una mala reputación de atención al cliente a la hora de despachar ha ido perdiendo un poco de participación en el mercado de la localidad la misma que se ven reflejadas en sus ventas. El agro servicio es una empresa con muchos años de trayectoria y

experiencia en productos e insumos para los cultivos, con la llega de nuevos competidores dentro del área geográfica se ha visto reflejada el pésimo servicio al cliente, ya que la competencia es mucho más rápida y eficiente al despachar a cada uno de sus clientes.

El agro servicio “EL PUEBLO”, no brindan información de cuando ahí promociones en sus insumos, productos o servicios. Muchas veces el cliente se entera de las promociones cuando ya va a adquirir algún producto o servicio y se muestra insatisfecho por la falta de información. Al carecer de las estrategias de marketing en publicidad se pierden ventas con muchas más unidades vendidas ya que el consumidor no pudo aprovechar aún más las promociones que oferta la empresa así generar más utilidades para beneficios y desarrollo económico de la empresa.

Para el agro servicio “EL PUEBLO”, es de vital importancia que se implemente estrategias de marketing digital y atención al cliente. el reconocimiento de estas estrategias es muy fundamental ya que permite que conozcan aún más la empresa, ya que su mejoría es fundamental para la captación de nuevos clientes, fidelización y aumenta la demanda de los productos y servicios de la empresa. Y que los consumidores se sientan satisfecho sin llevarse una mala imagen de la atención brindada y realizar publicidad boca a boca y la empresa sea recomendada.

El mercado en el que está ubicado el agro servicio es muy competitivo y al no ofrecer una buena atención y asesoramiento al comprar un producto del local ha generado inconformidad por parte de usuarios ya que los mismo quieren saber si el producto es efectivo para las actividades a realizar en el campo. Muchos de los consumidores quieren saber sobre el funcionamiento del producto o servicio que desean adquirir y no quieren llevar un producto que no va a generar un beneficio o como usar el mismo sin correr un riesgo esto hace que influido en la decisión de la compra de los consumidores.

En la empresa es notorio la falta de estrategias de marketing y la falta de atención al cliente en el agro servicio “EL PUEBLO”, situado en la Parroquia Febres Cordero en el recinto pueblo nuevo, se ve reflejado los niveles de venta que son muy bajos en comparación a otros años. Debido a la mala atención al cliente y la falta de publicidad a llevado que la empresa tenga poca participación en su zona geográfica. Es notorio el cambio en el local ya que en bodega ahí exceso de mercadería que no ha podido ser vendida.

## **2. Justificación**

El siguiente caso de estudio se realiza para conocer cuáles son los problemas que están afectando al agro servicio “el pueblo”, en el recinto Pueblo Nuevo perteneciente a la parroquia Febres Cordero, de esta manera se efectúa un análisis de la empresa ya que no está habiendo un buen funcionamiento correcto, ya que la atención al cliente es pésima y tiene problemas en el despacho, falta de estrategias de marketing, falta de publicidad tanto externas como internas, descoordinación en el marketing y venta, no detallan bien el producto, los niveles de ventas están cayendo por los factores misionados que afectan a la empresa.

Los principales beneficios que se presentara en este trabajo para poder asegurarse un puesto en el mercado, sabiendo por la situación que está pasando la empresa, para analizar y corregir las falencias que están sucintando dentro de la empresa para poder asegurar una venta y generar utilidades a largo plazo, la misma investigación que permite el desarrollo de nuevas estrategias como un buen estudio del mercado para saber a dónde se debe corregir y se puedan alcanzar los objetivos de la empresa que es generar utilidad para que la empresa alcance el éxito.

A partir de la investigación planteada y los estudios realizado sobre los problemas que se generan dentro de los niveles de venta y del incumplimiento del comercial que no brinda una atención adecuada en el que ofrecen un mismo producto o servicio en este caso entre el comercial y sus competidores dentro y fuera del mercado en el que está situado, logrando describir todos los problemas que posee el comercial para una correspondiente evaluación y análisis de estos aspectos.



### **3. Objetivo del caso de estudio**

#### **Objetivo general**

- Analizar el proceso de servicio al cliente en el agro servicio “EL PUEBLO”, recolectando información en la empresa a los clientes.

#### **Objetivos específicos**

- Identificar las diferentes estrategias de atención al cliente, y realizar encuestas a las personas que llegan a visitar la empresa y promocionar por redes sociales.
- Identificar los procedimientos de la atención al cliente y de marketing, a través de una entrevista al propietario.
- Proponer estrategias de marketing para mejorar los niveles de utilidad y rentabilidad de la empresa

#### **4. Línea de investigación**

En consecuencia, se realiza un análisis de la empresa en el estudio de caso pertinente sobre "Atención al Cliente en el Agro Servicio "El Pueblo", en la Parroquia Febres Cordero, período 2022", ya que no está operando adecuadamente a pesar de que los insumos y productos agrícolas son cruciales para el proceso de siembra del cultivo hasta que esté listo para la cosecha y uno de los pilares fundamentales de la economía de la nación.

En la organización el lugar de trabajo, la publicidad poco agraciada y los tratos, no detallan bien el artículo, los niveles de los tratos están cayendo por los factores de la misión que influyen en la organización, este caso de estudio en la organización nos permite abordar los ejercicios actuados en la agro servicio "el pueblo", se perfila con la línea de exploración administración monetaria, reguladora, gasto, revisión y control, ya que es una asociación cuyo movimiento es la oferta de producto con datos y dirección sobre diferentes artículos hortícolas, como semillas, marcos de sistemas de agua, agroquímicos, artículos veterinarios, suministros de cultivo y viveros caseros. El mercado abarca toda el área local, donde no existen limitaciones abiertas para la adquisición de estos insumos agrícolas. En esta situación concreta, el apoyo al cliente es la vía para alcanzar los objetivos fijados en los planes de gasto de las ofertas.

Este análisis contextual se relaciona con la su línea de exhibición y comercialización, ya que la variable a diseccionar es la atención al cliente, tiene un ciclo a través del cual se facilita a un grupo de trabajo el cumplimiento de los objetivos propuestos, asimismo es significativo para el perfeccionamiento del agro servicio "el pueblo", para que esta tenga comercialización es imprescindible que toda fundación empresarial cuente con una fantástica atención al cliente para cumplir con los clientes.

## **5. Articulación del Estudio de Caso con el Trabajo de Prácticas Pre-Profesionales**

Este análisis contextual relaciona al trabajo realizado durante el periodo de prácticas pre-profesionales, ya que durante la exposición de este ciclo se comprobaron y distinguieron diversas cuestiones en el clima de la organización. Las prácticas pre-profesionales se centraron en la gestión de los ciclos administrativos y normativos de la administración del agro servicio "el pueblo", en la parroquia de Febres Cordero, dando como resultado una amplia información sobre las circunstancias internas y externas de la organización.

La conexión entre el tema de las prácticas pre-profesionales y el tema de este análisis contextual denominado "Atención al cliente en la agro servicio "el pueblo", en la parroquia de Febres Cordero, período 2022", se centra en la ejecución de las diferentes informaciones procuradas durante la hora de las prácticas, de esta manera se tuvo la opción de abordar con convicción las cuestiones reconocidas para este estudio de situación, la investigación de la administración de los ciclos administrativos y gerenciales realizados durante el trabajo temporal exhibieron efectivamente las debilidades y problemas de la organización, para avanzar hacia a través de esta investigación contextual una investigación de los niveles empresariales de la afiliación, permitiéndonos dar potenciales arreglos.

## **6. Marco Conceptual**

### **Contextualización de la empresa**

El agro servicio “El pueblo” fue creado en el año 2014 por un emprendedor visionario llamado Billy Revilla Bazán y su RUC 1204821563001 es y su establecimiento se encuentra situado en parte céntrica que está ubicado en la Parroquia Pueblo Nuevo y las dimensiones del local son de 10 m de largo y 8 m de ancho. Este centro de venta y accesoria de insumos surge por una necesidad de recursos económicos debido a que no contaba con un trabajo fijo y tenía conocimientos profesionales ya que cuenta con estudios de Ing. agrónomo que le permita brindar asesoramientos y poder ganar ingresos y solventar a su familia esto lo impulso hacer un préstamo bancario para ser realidad el negocio que tanto anhelaba.

En sus inicios el agro servicio “El pueblo” se dedicaba simplemente a la oferta de rubros sin embargo en el año 2019 viendo la necesidad de agregar nuevos rubros tuvo que hacer un crédito y sus fondos de reserva que habían sido reunidos por bastante tiempo, a partir de ese segundo ofreció aportes hortícolas, así como cómplices para agilizar el trabajo en el campo. Este ajuste del negocio le hizo crecer sus oficinas ya que sus beneficios eran famosos por el ajuste del negocio.

La meta del agro servicio “ el pueblo” es ser percibido ampliamente, así mismo planea ser un precursor en el mercado en el cual se encuentra la contribución de varios artículos y además la administración tiene sus propias instalaciones con insumos de alta calidad y de nombre en el mercado y ofrece una amplia variedades para que sea aún más productiva y exitosos lo cultivos , cuenta el negocio con un capital que permite realmente hacer cada una de sus compras y para abastecer el negocio así mismo rastrear proveedores ordinarios y tener personal excepcionalmente preparado de esta manera que el emprendimiento podría cumplir cada una de sus metas.

## **El cliente**

Sin duda, una persona dispuesta a comprar un bien o a utilizar un servicio prestado por una empresa o un experto se califica de cliente. Sin embargo, también es posible definir a un consumidor como cliente si ha realizado varias compras a esa empresa. (Cano Tejedor, 2019, pág. 192)

Según el "i" "a" "o" de este autor, un cliente es alguien que está dispuesto a pagar por un bien o servicio. Además, un cliente no siempre es un consumidor porque es necesario realizar compras frecuentes para estar allí. El valor que un cliente tiene para los negocios está compuesto por todo aquello que beneficia a la entidad, ya sea directamente a través de las ventas o indirectamente a través del impacto que tiene en otros clientes.

## **Actitud del cliente**

La disposición y propensión del consumidor a utilizar un servicio se consideran intención de comportamiento. Numerosas variables se han relacionado con el propósito del comportamiento en estudios anteriores. Según la teoría de la acción razonada (ART), la actitud y las normas subjetivas pueden influir en la intención de la actividad humana. (Ramírez, Maguiña Palma, & Huerta Soto, 2020, pág. 332)

## **Atención al cliente**

El servicio al cliente está estrechamente relacionado con las actividades creadas por diversas organizaciones para determinar las necesidades fundamentales que el cliente desea utilizando diversas estrategias de marketing con el fin de poder cumplir con las expectativas que cada cliente logra tener y que están relacionadas con la satisfacción para poder obtener, como un único objetivo, la lealtad y repetición de la compra. (Gil López, 2020, pág. 13)

Piensa que toda empresa que se precie de preocuparse por sus clientes debería hacer de la prestación de un excelente servicio de atención al cliente la piedra angular de sus programas de orientación y formación de empleados. En los negocios, prestar atención es necesario, y también es una norma social básica. Los clientes valoran mucho una serie de características cuando se sienten bien atendidos, como: una cálida bienvenida al principio de la reunión; contacto visual; amabilidad y cortesía; dedicación voluntaria y consciente; conocimiento de tu trabajo; prontitud; respeto por el tiempo del cliente; paciencia con sus preguntas; y un tono de voz agradable. (Choy, 2019)

Según los muchos autores, proporcionar un buen servicio al cliente implica emplear tácticas para satisfacer las demandas y preferencias de los clientes, lo que es seguido por el fomento de su lealtad, lo que se demuestra por su uso continuo de los bienes y servicios de la empresa.

### **Características de la atención al cliente**

- Los clientes buscan cada vez más una atención individualizada, artículos especiales y un servicio rápido.
- La competencia es cada vez mayor y los competidores ofrecen productos muy similares en términos de calidad.
- Se busca la fidelidad del cliente, o clientes que puedan recomendar a otros usuarios o compradores.
- Hay que establecer procedimientos para medir la satisfacción del cliente y desarrollar herramientas para mejorar el servicio al cliente. (Gil López, 2020, pág. 13)

## **Servicio**

Se puede decir que el servicio se entiende como cualquier trabajo que implique una acción o actividad, que debe estar relacionada con la venta de un producto o servicio. Aunque el servicio es el trabajo realizado por otras personas, se da un paso más y se subraya que el servicio se refiere al conjunto de actividades, prestaciones o satisfactores que se ofrecen a los clientes para su venta o que se proporcionan en relación con las ventas. (Gil López, 2020, pág. 11)

"Un servicio es un trabajo, una prestación o un acto que es esencialmente intangible y no da lugar necesariamente a nada, favorable o desfavorable, que una persona reciba a cambio", según la definición de servicio. (Valenzuela Salazar, Buentello Martínez, Gómez, & Villarreal Sánchez, 2019, pág. 20).

Dado que la aceptación del consumidor depende de él, el servicio siempre ha sido crucial para toda empresa. Según los autores, el servicio es un conjunto de actividades que se traducen en ventajas que contribuyen a la satisfacción del cliente. Un servicio también está relacionado con el éxito de la venta de un producto en la medida en que atrae la atención de los clientes y los anima a comprar productos de una tienda determinada.

## **Calidad**

Quedará claro que la calidad es la satisfacción de las necesidades del cliente, que está relacionada con el servicio, y que es el hábito o la habilidad desarrollada por una organización para cumplir las expectativas de los clientes y prestarles un servicio que satisfaga todas sus exigencias. El coste de retener a un cliente es con frecuencia y en ocasiones menor que el coste de atraer a un nuevo cliente. (Cevallos, 2018, pág. 50)

Los seres humanos tienen la capacidad de realizar tareas de forma asombrosa, por eso hoy en día todas las organizaciones se esfuerzan por seguir siendo competitivas elevando el nivel de su gestión de la calidad. La calidad es algo inherente a la naturaleza humana. (Alcalde, 2019, pág. 2)

Cuando hablamos de calidad, nos referimos a obtener un buen servicio de la empresa a la que pensamos comprar algo o adquirir un servicio. La calidad también puede referirse a una estructura bien ejecutada. Por ejemplo, cuando compramos un producto como consumidores, lo primero que tenemos en cuenta es la calidad del producto, o si está en buenas condiciones y, por tanto, la empresa cumple las expectativas del cliente por la compra de su producto.

### **Calidad del servicio**

En la gestión de servicios, suele haber numerosos expertos que han modelizado sus procesos con el objetivo de proporcionar dimensiones para la medición de la calidad. El campo de los servicios es polifacético y cada autor ha desarrollado su propia metodología. (Demarquet Ajila & Chedraui Aguirre, 2021, pág. 94)

Uno de los aspectos que más valoran los clientes es la agilidad del servicio o la respuesta que van a recibir, es decir, los clientes quieren recibir una respuesta rápida y eficaz. La calidad de un servicio consiste en satisfacer al consumidor con las necesidades y demandas que desea, teniendo en cuenta que es esencial mantenerlo a gusto para que sienta el deseo y la confianza de consumir un producto o aceptar un servicio.

### **Factores que determinan la calidad**

- Comprensión del consumidor
- Comunicación
- Accesibilidad



- Seguridad
- Credibilidad
- Credenciales
- Competencias del personal
- Rapidez son factores que afectan a la calidad. (Demarquet Ajila & Chedraui Aguirre, 2021)

### **Nivel de calidad**

El control de calidad se refiere a la inspección del producto por parte de la división de calidad y el autocontrol implica que el operario supervise el proceso. Garantía de calidad: garantizar los procedimientos operativos para asegurar la calidad del producto. La calidad total, a menudo conocida como gestión de la calidad, es el proceso de garantizar a los clientes internos y externos la calidad del producto. (Demarquet Ajila & Chedraui Aguirre, 2021)

### **Evaluación de calidad del servicio al cliente**

La evaluación de la calidad del servicio es un componente crucial del éxito de muchas empresas, pero debe tener en cuenta tanto factores objetivos como subjetivos. Por ejemplo, la "calidad objetiva" de un servicio puede evaluarse en términos de profesionalidad en el cumplimiento de protocolos y normas establecidos por pruebas científicas cuando una persona recibe atención médica. (Cevallos Enríquez, Carreño Villavicencio, Peña Vélez, & Pinargote Montenegro, 2018, pág. 50)

### **Gestión de la atención al cliente**

La gestión de la atención al cliente implica controlar cómo se trata al cliente y sirve para establecer estrategias de aplicación interna de la organización. Los clientes son la razón de ser de una empresa, por lo que debo conocerlos y comprenderlos para diseñar estrategias

que apoyen sus demandas y su satisfacción. El servicio al cliente debe incluirse en la cultura y los valores fundamentales de la empresa. (Rojas León & Calderón Fernández, 2021, pág. 42)

Una excelente estructura organizativa será un componente clave a desarrollar, de forma que se haga un seguimiento de las funciones a cumplir dentro de la empresa, se elaboren planes y se pongan en práctica que estén relacionados con un buen servicio al cliente. La gestión del servicio al cliente se refiere a los procesos que debe cumplir una organización para al cliente.

### **Satisfacción del cliente**

La piedra angular de cualquier gestión empresarial, según el enfoque de gestión "centrado en el cliente", es la base y la insistencia de las normas del sistema de calidad. Las actividades operativas empiezan y terminan con el cliente, y las solicitudes no derogables se utilizan en numerosas secciones de la norma para demostrar esta obviedad. (Bruni, 2017, pág. 1)

Es el primer factor que hay que tener en cuenta al evaluar la calidad de un bien o servicio tangible, porque influye en si un cliente volverá a comprarlo o lo recomendará. Un cliente satisfecho tiene más probabilidades de repetir una experiencia de compra o servicio, lo que aumenta los ingresos de la empresa y mantiene su percepción de la calidad del bien o servicio que recibe. (Rojas León & Calderón Fernández, 2021, pág. 40)

Satisfacer al cliente significa dar prioridad a lo que el cliente desea. Debemos recordar que, si un cliente está satisfecho, volverá sin dudarlo, pero si recibe un servicio insatisfactorio, también contará a sus amigos y familiares el mal trato recibido y se abstendrá de volver.

### **Lealtad del cliente**

La lealtad de los clientes se define como un comportamiento profundamente adaptado a recomprar o volver a patrocinar un producto. Esto significa que la fidelidad es una actitud y

un comportamiento específico, al igual que ha sido esencial para mantener la rentabilidad de la empresa. La calidad del servicio al cliente es una herramienta eficaz para mantener a los clientes fieles a una organización. (Ramírez, Maguiña Palma, & Huerta Soto, 2020, pág. 333)

La fidelidad de los clientes es una de las mejores formas de medir el éxito y la rentabilidad de una empresa porque demuestra la compatibilidad con el cliente, lo que se traduce en mayores beneficios para la empresa. Asimismo, a medida que aumente el nivel de calidad del servicio, también lo hará el indicador de satisfacción del cliente. (Silva Triviño, Macías Hernández, Tello Leal, & Delgado Rivas, 2021, pág. 86)

Según las referencias de los dos escritores, mantener una base de clientes asegura la rentabilidad de una empresa, lo que a su vez garantiza que sus ganancias sean sobresalientes. En consecuencia, mantener la clientela es crucial para garantizar que las ventas sean bien recibidas por los clientes.

### **Fidelización**

Según (Cabrera, 2019, pp. 155, 156), un cliente fiel es aquel que realiza todas o la mayoría de sus compras en establecimientos destinados a vender el producto u ofrecer el servicio. La fidelización se considera en marketing como la creación de vínculos fuertes y el mantenimiento a largo plazo de las relaciones con los clientes.

Después, para mantener la fidelidad del cliente al servicio que se le ofrece, hay que encontrar métodos de marketing que le convenzan para comprar el artículo y, de esta forma, se satisface la fidelidad del cliente. Para ofrecer un buen servicio al cliente se necesitan cualidades que no todo el mundo posee, como la empatía o la paciencia, por lo que será vital contar con personal formado para conseguir que el cliente repita.

### **Importancia del servicio al cliente**

Dado que los consumidores son un elemento integral de cualquier empresa, ofrecer un excelente servicio al cliente es crucial. Otras consideraciones vitales son tener una reputación digna de confianza y cobrar un precio justo. Al obtener un servicio, el consumidor busca comodidad, seguridad, un entorno agradable y de alta calidad, así como un trato amable y cordial. (Betancourt Aguilar, Bautista Segovia, & Suárez Suri, 2018, pág. 3)

Si bien es cierto que los clientes de cualquier empresa recibirán mucha atención, el servicio que reciban -además de ser el principal motor de la existencia continuada de una empresa- será lo que les haga sentirse satisfechos.

### **Atributos del servicio al cliente**

Uno de los criterios primordiales para las empresas que tratan con personas en cualquier parte del mundo deben ser las características del servicio que van más allá del cliente para alcanzar la grandeza. Por lo tanto, se considera que "es imperativo que la industria de servicios comprenda la importancia de gestionar afectivamente las relaciones interpersonales para lograr matices bien definidos que marquen la diferencia entre la competencia y la excelencia". (Del Toro Cabrera, 2019, pág. 2)

Hoy en día, los clientes, consumidores y usuarios tienen más poder que las empresas, ya que pueden cambiar de marca si no están satisfechos con los productos o servicios recibidos. Es crucial identificar las características que demandan los clientes a la hora de realizar una compra porque un cliente o usuario insatisfecho supondrá una pérdida de ventas no sólo porque dejará de comprar sino también porque difundirá malas opiniones del producto, servicio o empresa entre sus allegados.

### **Beneficios de la calidad de atención al cliente**

- Mejora las ventas.

- Disminución del precio de la publicidad y la promoción.
- Fuerte motivación del personal.
- La credibilidad de los clientes puede aumentar mucho el valor de los productos.
- Las consideraciones emocionales, más que las racionales, dominan las compras.
- La atención personalizada favorece las relaciones basadas en la confianza. (Gill López, 2020).

Las ventajas que se han mencionado son sólo algunas de las que una empresa puede tener al ofrecer un servicio de atención al cliente de primera categoría, o un servicio de atención al cliente de calidad, ya que atender las necesidades del consumidor es lo primero para tener éxito en las ventas. Evidentemente, todas las empresas pueden potenciar y aprovechar las ventajas del servicio de atención al cliente; hacer realidad estas ventajas será un magnífico punto de partida.

### **Acciones para llevar a cabo la atención al cliente**

- Escucha activa que demuestra empatía mientras el cliente está hablando sin interponerse.
- Preguntar a los clientes por sus necesidades o deseos y presentarles una gama de posibles respuestas.
- Evitar establecer objetivos inalcanzables o expectativas poco realistas.
- Dar a los clientes la información que necesitan para comprar. (Carrasco Fernández, 2018).

### **Estrategias de marketing orientado al cliente**

**1) Adaptarse al nuevo comportamiento de los consumidores:** El nuevo consumidor es más exigente, más consciente de su capacidad para negociar con las

empresas y más interesado en vivir experiencias que en escuchar los mismos argumentos de venta de siempre. Por eso, construir una relación de confianza entre los consumidores y las marcas es importante para mantener su consumo. De este modo, el marketing centrado en el cliente le permite crear un plan integral que tenga en cuenta todos los aspectos que afectan a la fidelidad de sus usuarios. (Forero, 2020)

**2) Crea canales digitales de alta calidad:** Ofrecer un sitio web seguro, con un diseño adecuado y que funcione técnicamente es tan crucial para garantizar una experiencia óptima al usuario como la creación de experiencias interactivas. (Forero, 2020)

**3) Establece distintas técnicas para fidelizar a tus clientes:** Los programas de fidelización son una táctica que fomenta la fidelidad de los clientes recompensando sus hábitos de compra. Aunque se necesitan recursos para mantener los descuentos y ventajas que ofrecen, los programas de fidelización pueden ayudarle a desarrollar su negocio, mejorar su reputación y, en última instancia, hacer felices a sus clientes. (Forero, 2020)

**4) Cuida el servicio post venta:** El servicio posventa es un componente esencial del marketing orientado al cliente. De hecho, el 93% de los clientes se inclinan por realizar compras adicionales a empresas que ofrecen un servicio de atención al cliente de primera categoría. El servicio posventa, además de otras formas, puede estrechar lazos. Además, crea un foro para que los clientes expresen sus ideas, proporcionando información útil que puede utilizar para mejorar sus productos o servicios. (Forero, 2020)

## **7. Marco Metodológico**

### **Método**

En el presente caso de estudio se llevará a cabo el método analítico-sintético, por lo que se recopila información durante el ciclo que se actúa para buscar datos claros y sucintos de los clientes y del propietario del negocio considerando cuáles son las deficiencias que se tienen en la parroquia Febres Cordero y a la vez lo que los especialistas del negocio como dirigen a los clientes con respecto a la compra de sus artículos.

### **Técnicas**

Los métodos de la investigación incluyeron una encuesta digital a los usuarios de la empresa para conocer las cuestiones que afectan a la operativa aplicada a los clientes, así como una entrevista con el propietario del comercial para conocer los procedimientos de atención al cliente de la empresa, y finalmente un análisis documental que permite realizar recomendaciones de mejora y consideración a los usuarios en el Agro Servicio "El Pueblo", en la Parroquia Febres Cordero.

### **Instrumentos**

Las herramientas del estudio incluían un cuestionario de 10 preguntas para los clientes que se realizó utilizando plataformas en línea Google formulario, así como una lista de preguntas para hacer a los propietarios de las empresas con el fin de conocer mejor sus normas de atención al cliente. Dada la importancia de este tema, es importante sugerir alternativas que mejoren la funcionalidad del uso comercial del Agro Servicio "El Pueblo", en la Parroquia Febres Cordero.

## 8. Resultados

**Tabla 1**

*Razón por la que Usted considera que el agro servicio “el pueblo”, tiene una buena atención al cliente.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No prestar atención a las necesidades del cliente.	6	12.0%
Tiempos de respuesta largos.	9	18.0%
Falta de empatía con el cliente.	14	28,0%
Derivar al cliente de una sección a otra.	3	6,0%
No ofrecer una solución al problema del cliente.	18	36,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

***Elaborado por:** Edwin Eddy Toapanta Olivo*

**Tabla 2**

*Con que frecuencia acude al agro servicio “el pueblo”*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi siempre	6	12,0%
Usualmente	4	8,0%
Ocasionalmente	20	40,0%
Usualmente no	3	6,0%
Casi nunca	17	34,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

***Elaborado por:** Edwin Eddy Toapanta Olivo*



**Tabla 3***Que factores influyen para dejar de visitar el agro servicio “el pueblo”*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Por el servicio	28	56,0%
Por el producto	3	6,0%
Por el tiempo	9	18,0%
Por el lugar	4	8,0%
Otros aspectos.	6	12,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por:** Edwin Eddy Toapanta Olivo

**Tabla 4***Por qué medio de defunción o como conoció el agro servicio “el pueblo”*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
por un amigo	10	20.0%
por publicidad	15	18.0%
por casualidad	5	30,0%
no conozco este lugar	12	24,0%
Redes sociales	8	16,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por:** Edwin Eddy Toapanta Olivo

**Tabla 5**

*Que estrategias de marketing influyeron en la decisión de compra de un producto agrícola.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
La Calidad	27	54,0%
El Precio	2	4,0%
La Atención	14	28,0%
La Imagen	1	2,0%
Otros aspectos.	6	12,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por: Edwin Eddy Toapanta Olivo**

**Tabla 6**

*Ha tenido inconvenientes al adquirir un producto o un servicio en el agro servicio “el pueblo”.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy frecuentemente	16	32,0%
Frecuentemente	17	34,0%
Ocasionalmente	7	14,0%
Raramente	6	12,0%
Nunca	4	8,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por: Edwin Eddy Toapanta Olivo**

**Tabla 7**

*Las estrategias de atención al cliente son las apropiadas que se llevan a cabo dentro del agro servicio “el pueblo”.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	4	8,0%
De acuerdo	8	16,0%
Neutral	16	32,0%
En desacuerdo	12	24,0%
Totalmente en desacuerdo	10	20,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por:** Edwin Eddy Toapanta Olivo

**Tabla 8**

*El agro servicio “el pueblo”, cuenta con una buena ubicación geográfica.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
poca visualización	12	24,0%
tiene buena visualización	11	22,0%
totalmente de acuerdo	22	44,0%
cambiar de ubicación	1	2,0%
Otros aspectos.	4	10,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente:** Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por:** Edwin Eddy Toapanta Olivo

**Tabla 9**

*Que niveles de satisfacción muestra el agro servicio “el pueblo”.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	1	2,0%
<i>De acuerdo</i>	3	6,0%
Neutral	17	34,0%
En desacuerdo	11	22,0%
Totalmente en desacuerdo	18	36,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por:** *Edwin Eddy Toapanta Olivo*

**Tabla 10**

*¿Qué niveles de recomendación muestra el agro servicio “el pueblo”?*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
si	2	4,0%
No	4	8,0%
tal vez	22	44,0%
lo pensaría	20	40,0%
Otro:	2	4,0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.*

**Elaborado por:** *Edwin Eddy Toapanta Olivo*

**Tabla 11***Entrevista Aplicada al gerente del agro servicio “el pueblo”*

<b>Orden</b>	<b>Cuestionamiento</b>	<b>Aspectos relevantes</b>
1	¿Cuáles son las principales estrategias que utiliza para garantizar la satisfacción del cliente en el agro servicio “el pueblo”?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la empresa no se cumple con el protocolo de la atención que se brinda al cliente.</li> <li>• Que su forma de comportarse debe ser cordialmente adecuada y que deben ser pacientes mientras atienden al cliente.</li> </ul>
2	¿Qué medidas toma para mejorar continuamente la atención al cliente en su negocio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca definir normativas para la empresa.</li> <li>• Carece de técnicas de atención al cliente</li> <li>• Deficiente a la hora de tomar una decisión para mejora del negocio.</li> </ul>
3	¿Cómo maneja las quejas o reclamaciones de los clientes de manera efectiva en el agro servicio “el pueblo”?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se maneja a través de un protocolo de devolución o cambio del producto de una manera minuciosa y al no contar con un plan de respuesta más estructurado ni clasificado a estas adversidades, muchas veces termino perdiendo la vente y el cliente.</li> </ul>
4	¿Qué medidas toma para garantizar una comunicación clara y efectiva con los clientes?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificamos el tipo de cliente a través del método analítico y persuadimos acorde a su necesidad</li> </ul>
5	¿Qué tipo de tecnología o herramientas utiliza para mejorar la experiencia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar en el ámbito tecnológico incorporando tabletas móviles con una aplicación para extraer datos de los clientes para estudiar mejor su comportamiento y ofertar un mejor servicio al cliente.</li> </ul>

**Elaborado por:** *Edwin Eddy Toapanta Olivo***Fuente:** *Entrevista Aplicada al gerente del agro servicio “el pueblo”*

## 9. Discusión de Resultados

La evaluación de la calidad del servicio en el agro servicio "El Pueblo" se basa en las respuestas de los clientes en varias categorías clave. En la primera tabla, se examinó la percepción de los clientes sobre el servicio de atención al cliente en el agro servicio. El 36% de los encuestados indicó que el servicio no ofrecía soluciones a los problemas de los clientes, mientras que el 28,0% señaló falta de empatía y el 18,0% mencionó tiempos de respuesta largos. Sólo el 12,0% percibió que no se prestaba atención a las necesidades del cliente. Esto indica que la atención al cliente y la empatía son áreas críticas que requieren mejoras.

La tercera tabla analiza por qué los clientes dejarían de visitar el agro servicio "El Pueblo". El 56.0% citó problemas con el servicio como la principal razón. Esto refleja la importancia de abordar las preocupaciones de las clientes relacionadas con la calidad del servicio.

En cuanto a la percepción del lugar, el 30.0% de los encuestados conocieron el agro servicio por casualidad, mientras que el 24.0% declaró que no conocía el lugar. Esto indica la necesidad de mejorar la visibilidad y el conocimiento del servicio para atraer a más clientes.

La quinta tabla examina los factores que influyen en la decisión de compra de productos agrícolas. El 54.0% consideró la calidad como un factor clave en su elección, mientras que solo un 4.0% mencionó el precio. Esto subraya la importancia de mantener altos estándares de calidad en los productos ofrecidos.

El análisis de la satisfacción y la recomendación del agro servicio "El Pueblo" reveló que el 58.0% de los encuestados no estaban totalmente satisfechos con la atención brindada. Además, solo el 4.0% recomendaría el servicio, mientras que el 40.0% consideraría hacerlo.

Estos resultados indican que se deben abordar problemas clave para mejorar la satisfacción del cliente y fomentar la recomendación.

En la octava tabla, se exploró la percepción sobre la visualización del agro servicio "El Pueblo". El 44.0% creía que tenía buena visualización para los clientes, pero el 24.0% opinaba lo contrario. Esto resalta la necesidad de mejorar la presentación del servicio para atraer a más clientes.

La séptima tabla investigó la opinión de los clientes sobre los procesos de atención al cliente. El 52.0% expresó cierto grado de desacuerdo con estos procesos. Esto indica que se deben revisar y mejorar las estrategias de atención al cliente para satisfacer las expectativas de los clientes.

En resumen, los datos recopilados revelan áreas críticas que requieren atención inmediata en el agro servicio "El Pueblo". Estos incluyen mejorar la calidad del servicio, abordar problemas de atención al cliente, aumentar la frecuencia de visita, fortalecer la visibilidad y el conocimiento del servicio, y optimizar la presentación y los procesos de atención al cliente. Estas áreas de mejora pueden abordarse mediante estrategias centradas en el cliente, capacitación del personal, campañas de marketing efectivas y una revisión exhaustiva de los procesos internos. Al abordar estas áreas, el agro servicio "El Pueblo" puede mejorar la satisfacción del cliente, retener a los clientes actuales y atraer a nuevos, y así garantizar un crecimiento y éxito sostenibles en el futuro.

En esta discusión de resultados vemos reflejado una visión integrada de los resultados de las tablas proporcionadas y destaca las áreas clave que requieren atención para mejorar la calidad del servicio en el agro servicio "El Pueblo".

## 10. Conclusiones

Teniendo todo en cuenta, lo mencionado en el agro servicio "EL PUEBLO" se enfrenta en la actualidad a enormes dificultades que están influyendo en su exposición y en su porción de la industria global. La baja competencia en la atención al cliente, la ausencia de técnicas de promoción convincentes y la recogida de productos no vendidos son perspectivas básicas que requieren una rápida consideración y disposiciones acertadas.

Para superar estos obstáculos, es fundamental que la organización introduzca mejoras significativas en su metodología funcional. La creación de un grupo de atención al cliente comprometido, la ejecución de procedimientos de presentación informatizados, la facilitación de información y asesoramiento concretos a los clientes y la supervisión eficaz de los inventarios son actividades clave que pueden reavivar la imagen y la productividad de la organización.

En la empresa ahí que comprender que la adaptación del cliente y la seguridad de comprar, es la clave de la lealtad de los consumidores que son los principales puntos de apoyo para el éxito empresarial. Centrándose en el desarrollo de la experiencia del cliente y en la mejora de sus productos, agro servicio "el pueblo" puede recuperar su situación en el mercado, fortalecer su posición y contribuir a la mejora financiera tanto de la organización como de la zona agrícola a la que sirve,

Otro de los factores para alcanzar las metas de la organización es la preparación para el personal que trabaja en el agro servicio y tener un enfoque para dirigir al comprador y al cliente. los componentes clave como la publicidad en el punto de atención o las comunidades informales como son las redes sociales, otros medios de defunción y la mala organización del equipo de trabajo ha hecho que el negocio sea sostenible financieramente donde no sube ni baja el capital.



## **11. Recomendación**

Teniendo en cuenta que el agro servicio "el pueblo" es una asistencia hortícola comprometida con la comercialización de productos e insumos agrícolas. Se debe mejorar los procedimientos de atención al cliente, como sería las recomendaciones específicas relacionadas con el tema de plantas y cultivos que podrían ayudar a mejorar su oferta y atención al cliente. Creando un ambiente de captación de clientes propios y nuevos consumidores atraídos por el trato brindado. No si antes capacitar al personal a través de seminarios de atención al cliente, como lo son: Atención personalizada, Atención telefónica, Atención por correo electrónico, Atención por chat en línea, Atención por redes sociales y así concretar una venta.

Implementar estas sugerencias podría contribuir a un crecimiento sostenible y a la satisfacción de los clientes en el agro servicio "el pueblo". Proporcionar asesoramiento técnico a los clientes sobre qué tipos de plantas o cultivos son más adecuados para su región y condiciones climáticas. Brindar recomendaciones sobre la preparación del suelo, riego, fertilización y manejo de plagas. Otra de la recomendación es el sistema de gestión de quejas y reclamos transparente y efectivo, que se centra en el apoyo al cliente y la mejora persistente.

Un marco de quejas y reclamaciones convincente demuestra que la organización valora los puntos de vista de sus clientes y resolverá los problemas con rapidez y eficacia. Asimismo, ofrece la valiosa oportunidad de sacar provecho de los errores y mejorar enormemente la calidad de la asistencia y la fidelidad de los clientes. Establecer marcadores de ejecución para evaluar el avance y el efecto de las distintas acciones llevadas a cabo en el marco de este programa. Dirigir auditorías ocasionales para garantizar que se están cumpliendo los objetivos fijados y cambiar los sistemas cuando sea necesario. Otra de las recomendaciones es pretender abordar de forma exhaustiva y decidida las dificultades a las que se enfrenta el agro servicio "EL PUEBLO". Asumiendo una metodología integral, la organización puede abordar de forma planificada el trabajo sobre la fidelización de sus consumidores y su posición en el mercado.

## 12. Referencias Bibliográficas

- Ramírez, H. E., Maguiña Palma, M. E., & Huerta Soto, M. R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las. *Retos*, 14.
- Alcalde , S. P. (2019). *Calidad* (Tercera ed.). Paraninfo.
- Betancourt Aguilar, F., Bautista Segovia, A., & Suárez Surí, P. (2018). Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales del canton Esmeralda. *Hallazgos21*, 11.
- Bruni, P. (2017). *La satisfaccion del cliente*. Thena.
- Cabrera, S. (2019). La fidelización del cliente en negocios de restauración. *Articulo Cientifico*.
- Cano Tejedor, I. S. (2019). *Calidad de atencion al cliente*. Editex.
- Carrasco Fernandes, S. (2018). *Gia prantica de atencion al cliente al consumidor*. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Cevallos Enríquez, R. P., Carreño Villavicencio, D. V., Peña Vélez, I. V., & Pinargote Montenegro, K. G. (2018). Evaluación de la calidad del servicio: un paso más cerca de la objetividad. *San Gregorio*, 12.
- Cevallos, E. (2018). Evaluacion de la calidad del servicio; un paso mas cerca de la objetividad. *San Gregorio*, 12.
- Choy, B. (2019). Atención y servicio al cliente. *Channel New*.
- Del Toro Cabrera, A. (2019). LA CONCEPCIÓN DE CLIENTEY SU REPERCUSIÓN EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL RESTAURANTE. *ARTÍCULO DE REFLEXIÓN*, 17.

Demarquet Ajila, M., & Chedraui Aguirre, L. (2021).

<https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.67790>PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL . *RES NON VERB*, 17.

Forero, T. (15 de Julio de 2020). *Marketing orientado al cliente: cómo poner al usuario en el centro de la estrategia*. Obtenido de rockcontent:

<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-orientado-al-cliente/>

Gil López, J. V. (2020). *Fundamentos de la atención al cliente*. Elearning S.L.

Gill Lopez , J. (2020). *COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente*. ELEARNING S.L.


Rojas León, C. R., & Calderón Fernández , P. C. (2021). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. *E-IDEA*, 16.

Silva Triviño, J. G., Macías Hernández, B. A., Tello Leal, E., & Delgado Rivas , J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del. *CienciaUAT*, 17.

Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martinez, C. P., Gómez, L. A., & Villarreal Sánchez, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Geon*, 8.

## 13. Anexos

### Anexo 1.- Carta de autorización



**AGRO SERVICIO "EL PUEBLO"**  
DIRECCIÓN: CANTÓN BABAHOYO, PARROQUIA FEBRES CORDERO, VÍA PUEBLO NUEVO, CALLE 2 DE AGOSTO  
Ruc: 1204821563001

**Magister. - Eduardo Galeas Guijarro**  
DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA  
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el agro servicio "el pueblo" de la parroquia de Febres cordero del cantón Babahoyo.

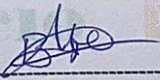
Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha AUTORIZADO al estudiante EDWIN EDDY TOAPANTA OLIVO con numero de C.I: 095480696-4, de la carrera de comercio rediseñado de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL AGRO SERVICIO "EL PUEBLO", EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO, PERIODO 2022.

el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente:

**AGROSERVICIO EL PUEBLO  
RECIBIDO  
PUEBLO NUEVO-LOS RÍOS-ECUADOR**



Ing. Revilla Bazan Billy Miguel  
Gerente  
C.I: 1204821563  
Celular: 0989817403  
revillamiguel38@gmail.com

## Anexo 2.- Registro Único de Contribuyente

### Consulta de RUC

RUC

1204821563001

Razón social

REVILLA BAZAN BILLY MIGUEL

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

Actividad económica principal

VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS  
QUÍMICOS DE USO AGRÍCOLA.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	RIMPE	NEGOCIO POPULAR	
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
NO	NO	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2016-12-13			

Mostrar establecimientos

Nueva consulta

**Anexo 3. Encuesta: Atención a la cliente aplicada a los clientes en el agro servicio “el pueblo”, en la parroquia Febres Cordero, en el recinto pueblo nuevo.**

**1. ¿Usted Considera Que El Agro Servicio “¿El Pueblo”, Tiene Una Buena Atención Al Cliente?**

- a) No prestar atención a las necesidades del cliente.
- b) Tiempos de respuesta largos.
- c) Falta de empatía con el cliente.
- d) Derivar al cliente de una sección a otra.
- e) No ofrecer una solución al problema del cliente.
- f) Otro:

**2. ¿Qué Tan Seguido Acude Al Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Casi siempre
- b) Usualmente
- c) Ocasionalmente
- d) Usualmente no
- e) Casi nunca

**3. ¿Por Qué Dejarías De Visitar El Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Por el servicio
- b) Por el producto
- c) Por el tiempo
- d) Por el lugar
- e) Otros aspectos.

**4. ¿Cómo Usted Conoció El Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Por un amigo
- b) Por publicidad
- c) Por casualidad
- d) No conozco este lugar

**5. ¿Qué Factores Influyen En La Decisión De Compra De Un Producto Agrícola?**

- a) La Calidad
- b) El Precio
- c) La Atención
- d) La Imagen
- e) Otros aspectos.

**6. ¿Ha Tenido Usted Problemas Al Momentos De Adquirir Un Producto O Un Servicio En El Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Muy frecuentemente
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente
- d) Raramente
- e) Nunca

**7. ¿Está De Acuerdo Con Los Procesos De Atención Al Cliente Que Se Llevan A Cabo Dentro Del Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**8. Usted Considera Que El Agro Servicio “El Pueblo”, Tiene Buena Visualización Para Los clientes:**

- a) Poca visualización
- b) Tiene buena visualización
- c) Totalmente de acuerdo
- d) Cambiar de ubicación
- e) Otros aspectos.

**9. ¿Usted Está Satisfecho Con La Atención Que A Brindado El Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**10. ¿Usted Recomendaría Al Agro Servicio “El Pueblo”?**

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez
- d) Lo pensaría

#### **Anexo 4.- Entrevista aplicada al gerente del agro servicio “el pueblo”**

- 1. ¿Cuáles Son Las Principales Estrategias Que Utiliza Para Garantizar La Satisfacción Del Cliente En El Agro Servicio “El Pueblo”?**
- 2. ¿Qué Medidas Toma Para Mejorar Continuamente La Atención Al Cliente En Su Negocio?**
- 3. ¿Cómo Maneja Las Quejas O Reclamaciones De Los Clientes De Manera Efectiva En El Agro Servicio “El Pueblo”?**
- 4. ¿Qué Medidas Toma Para Garantizar Una Comunicación Clara Y Efectiva Con Los Clientes?**
- 5. ¿Qué Tipo De Tecnología O Herramientas Utiliza Para Mejorar La Experiencia?**



**Anexo 5.- Certificado de porcentaje de similitud en el sistema Antiplagio**