



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2017 – MARZO 2018**

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

**PRUEBA PRÁCTICA**

**Ingeniería Comercial**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:**

**Gestión de servicio al cliente en el Almacén “Créditos Económicos” sucursal  
Babahoyo.**

**EGRESADA:**

**Iliana Vanessa Carbo Cabezas**

**TUTOR:**

**Ing. Ind. Rosendo Arnaldo Gil Aviléz. MAE**

**AÑO 2018**

## INTRODUCCIÓN

Créditos Económicos fue creada en 1947 por el Sr. Domingo Salame Hidrovo, en la ciudad de Guayaquil, como un sistema para poder comprar a crédito, artículos para el hogar y uso personal, en el año 1990 se realizaron expansiones de esta empresa por Quito y Guayaquil. Créditos Económicos tiene como finalidad facilitar la adquisición de productos para el hogar, actualmente es reconocida a nivel nacional, ya que se implementó la apertura de un almacén en Estados Unidos en la ciudad de New York, para dar servicio a los ecuatorianos, además cuenta con sucursales distribuidas por todo el país: en Ambato, Guayaquil, Babahoyo, Manta, Machala, La Troncal entre otras.

El servicio de atención al cliente que ofrece Créditos Económicos, por lo general siempre es el adecuado, sin embargo, la gestión de servicio al cliente que se desarrolla en la sucursal de la ciudad de Babahoyo, no es la correcta, por ello se realizó un análisis de la gestión de servicio al cliente que se desarrolla dentro de la misma por parte de sus colaboradores. Actualmente esta sucursal cuenta con un bajo número de clientes, cabe resaltar que esta disminución de clientela ha ocurrido en los últimos meses por el bajo nivel de satisfacción en lo referente al servicio que brindan los colaboradores de la misma.

La sublínea de investigación a utilizar es el modelo de gestión administrativa, relacionada con el tema a desarrollar. El método utilizado en este estudio es el inductivo, el cual permitió realizar un análisis general de la situación de la sucursal de Créditos Económicos en la ciudad de Babahoyo, para poder captar los problemas que

ocurren y extraer los más relevantes para el desarrollo de este estudio de caso. Se aplicaron entrevistas y encuestas debidamente aplicadas a los involucrados en el estudio de caso.

Se abordaron las definiciones relacionadas al estudio del caso, para facilitar la comprensión del mismo y conllevar a obtener sustentos teóricos que permitan obtener conclusiones efectivas para que se utilicen como sugerencias en pro del bienestar empresarial de Créditos Económicos.

## DESARROLLO

La empresa Créditos Económicos fue creada en el año 1947 en la ciudad de Guayaquil, poco a poco esta empresa fue expandiéndose por todo el país y luego se esparció por otros países como Estados Unidos, con la finalidad de poder atender a residentes ecuatorianos, la sucursal de Babahoyo se ha visto afectada por una cantidad considerable de quejas en lo referente al servicio a clientes brindado por su personal de ventas, los mismos que afectan la imagen empresarial y por consiguiente dificultan la alineación para el cumplimiento de su misión.

En la actualidad Créditos Económicos cuenta con sucursales en 16 ciudades del Ecuador (Ambato, Babahoyo, Chone, Daule, Durán, Guayaquil, Machala, Manta, Milagro, Salinas, Portoviejo, Quevedo, Quito, Sangolquí, Santo Domingo y La Troncal); la sucursal de Babahoyo se encuentra ubicada en las calles: Av. 5 de junio entre Pedro Carbo y 27 de Mayo; con horarios de atención de Lunes a Sábado de 9:00 a 19:00 horas y los Domingos de 9:00 a 14:00 horas

El estudio de caso se basará en el análisis de la gestión de atención a la cliente desarrollada en la sucursal de la ciudad de Babahoyo, en donde se han reportado varias anomalías por parte de los clientes, según (Punteros, 2017)“La atención al cliente es primordial para la continuidad de las ventas a través del tiempo, lo que garantiza el crecimiento sostenido de la empresa y su productividad”. La atención que brindan los colaboradores no es la adecuada y no cumple con las necesidades de estos, la falta de

tacto, carisma y facultades para interactuar con los clientes han ocasionado que el número de estos disminuya, generando baja rentabilidad en la empresa. Según (Perez Torres, 2013) El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado.

Créditos Económicos tiene como objetivo brindar un servicio integral, el cual se desarrolle en un entorno armónico, ofreciendo a los clientes eficiencia y eficacia por parte de sus colaboradores para generar un valor agregado, estando siempre como primera opción de compra de los clientes, ofreciendo soluciones innovadoras para el hogar y por ende alcanzar una rentabilidad óptima. Según lo establecido por (Créditos Económicos, 2016) los servicios de la misma están disponibles para personas que tengan capacidad legal para contratar, es decir no está habilitado para menores de edad o quienes no cuenten con completa potestad, además de personas que hayan sido suspendidas o dadas de baja por el sistema de Créditos Económicos.

Cuando un cliente dispone adquirir un bien del almacén, los colaboradores deben contar con la capacidad de poder guiar y aconsejar al cliente, buscando satisfacer sus necesidades y facilitarle la mayor información posible sobre las formas de pago y ofertas disponibles en el momento, con cordialidad y amabilidad siempre buscando crear un ambiente adecuado para que este se sienta a gusto dentro de las instalaciones del almacén y decida efectuar la compra.

Para la entrega de un pedido realizado mediante el portal de la empresa, se ha establecido dos tipos de entrega, estos son: entrega programada y retiro personal. En la entrega programada la empresa realiza la entrega utilizando sus medios de transporte y cargándolo a la factura esto tardaría de 2 a 4 días según sea el destino de la mercadería. El retiro personal consiste en que el cliente puede elegir en que ciudad y en que tienda poder retirar la mercancía, esto no tiene costos adicionales.

Se podrá anular un pedido, antes de recibir el correo de factura emitida, de lo contrario deberá aplicar a una devolución aunque la mercadería no haya sido entregada. Una vez facturada la mercancía, no podrán realizarse anulaciones. Si al momento de recibir el pedido, alguno de los productos presenta algún problema de calidad, aplicaremos nuestra política de devoluciones la cual consiste en entregar otro producto igual al comprado, entregando el producto recibido previamente. Se puede solicitar la devolución del bien o servicio dentro de los 3 días posteriores a la entrega del producto, siempre y cuando lo permita su naturaleza y el estado del bien sea el mismo en el que lo recibió. En cualquier caso los costos de envío no son objeto de devolución.

Para proceder a realizar devoluciones se debe realizar una solicitud de devolución. El cliente solicita la devolución por cualquiera de los siguientes canales: mediante el sitio web, por correo electrónico dirigido a [info@creditoseconomicos.com](mailto:info@creditoseconomicos.com). o comunicándose a nuestro Call Center (04)292 2600 o (02) 280 3999. Análisis y confirmación de devolución. Se analiza la solicitud de devolución y se coordina la

entrega del nuevo producto y/o el retiro del producto. Retiro o cambio de producto. Coordinado con el cliente, realizado por Logística. Regularización de venta y facturación. Una vez confirmada la devolución del producto se procede a emitir NC y gestionar el reembolso al cliente. Si el cliente desea otro producto se procede a emitir NC, facturar producto nuevo y coordinar el retiro y entrega del producto.

El cliente debe indicar la siguiente información.

- Número de cédula
- Número de la factura
- Número de la orden
- Razón de la devolución
- Nombre del cliente
- Detalle de la mercadería a devolver

Luego de reportada la solicitud de devolución el almacén se comunicará con el cliente para indicarle los pasos a seguir y/o el nuevo producto requerido.

En caso de que una vez efectuado el cambio, el cliente tenga saldo a favor luego de deducir todos los gastos y no desea realizar una nueva compra, se debe devolver el valor al cliente por la vía que se acuerde. No serán reembolsables los gastos de transporte. El tiempo en el que se refleja la cancelación en los estados de cuenta bancarios depende de las políticas de cada institución bancaria.

En la sucursal Créditos Económicos Babahoyo, existe más de un factor que influye en la situación que hoy en día se encuentra la misma, la falta de compañerismo,

las discusiones, el clima laboral en general ocasiona que los clientes se sientan incómodos al ser parte de estos conflictos internos, “el clima laboral es especialmente importante para la empresa” (Bordas Martínez, 2016), del clima laboral con el que cuenta una empresa depende el desarrollo y crecimiento de la misma, por ende la satisfacción de los empleados así mismo de los clientes, debido al servicio o producto adquirido. Los hechos suscitados en la sucursal de Babahoyo, muestran claramente que no cuenta con un ambiente laboral adecuado para el buen funcionamiento de la misma más bien todo lo contrario, esto se le atribuye también a las metas de ventas que se establecen para cada mes, ocasiona que los colaboradores se mantengan a la defensiva provocando diferencias y disgustos entre ellos.

Anteriormente la sucursal de Babahoyo contaba con gran número de clientes, muchas veces el número de vendedores no abastecía para atender a todos, sin embargo, hasta la actualidad varias cosas en esta sucursal han cambiado, cuentan con otro administrador y nuevo personal, los cuales no han reflejado mejoras para la empresa. Las relaciones a largo plazo con los clientes se han deteriorado, según expresa (Alet, 2011) “Se basa en que el marketing permite aumentar el valor de las relaciones con clientes a través de la lealtad; el marketing relacional puede ser descrito como la creación, desarrollo, mantenimiento y optimización de las relaciones entre los clientes y la empresa, en base a centrarse en el cliente”.

Por otra parte (Vertice, 2014) “La clave para lograr una elevada lealtad de los clientes consiste en ofrecer un elevado valor añadido” esto indica que no se puede ofrecer simplemente un servicio o producto, además de eso se debe ofrecer un plus a lo

que se ofrece esto no solo puede ser un obsequio por adquirir un producto o servicio, también en lo que refiere a la atención, a todos los clientes les gusta recibir una atención cordial de manera adecuado, esto incentivará al cliente a regresar y preferir realizar sus comprar en el almacén, también comunicará a más personas sobre la agradable experiencia que el suministró el mismo.

Debido al personal con el que cuenta actualmente la sucursal de Babahoyo y al servicio que estos ofrecen, no existen buenas relaciones laborales, según (Blanco & Lobato, 2011) El activo más importante de las empresas es el grupo humano que trabaja en ellas. Si las personas se encuentran a gusto en su trabajo, el ambiente favorecerá las relaciones personales, pudiendo incluso trascender del propio ámbito laboral. Sin embargo la competencia por ser quien vende más, han ocasionado diferencias entre compañeros de trabajo, algunos clientes han notado como suceden los inconvenientes entre ellos al momento de atenderlos, esto genera malestar e incomodidad para los clientes.

Cabe destacar que los clientes no precisamente acuden a comprar, algunas veces se acercan a solicitar información o a cotizar precios del mismo producto en diversos almacenes, se ha presentado el caso que el producto es más conveniente en Créditos Económicos tanto en calidad y precio, sin embargo, los asesores de venta no comunican adecuadamente al cliente sobre los precios, promociones y formas de pago que permiten en el almacén.

Según expresa (Martinez, 2014) El proceso de comunicación no es fácil y se pueden presentar algunos errores en todas las etapas del proceso. Cualquier ruido que bloquee el significado de lo que está comunicando o que impida que el receptor lo atienda se considera un barrera en la comunicación, por ello se debe tener en cuenta estos factores que podrían impedir la comunicación entre los vendedores con los clientes para que estos puedan comunicar sus necesidades y los vendedores cumplirlas. (Pérez, López , Pérez, & Caballero, 2012) Afirman “el vendedor es el encargado de formar al cliente en las características del producto o servicio adquirido es el instructor”

Los colaboradores del almacén no se comunican con sus superiores cuando el cliente acude a ellos con algún inconveniente y estos no saben cómo resolverlo, se les facilita ignorar los inconvenientes que presentan los clientes y continuar con sus labores diarias. Según afirma (De Castro, 2014) la comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida.

Los colaboradores de la sucursal de Créditos Económicos Babahoyo no se rige a lo estipulado en el manual de atención al cliente pues ellos atienden según su criterio y como lo consideren adecuado sin embargo, esto ha ocasionado inconformidades en los clientes, esto se ha podido apreciar por las bajas ventas registradas en los últimos meses y algunas quejas presentadas por los mismos clientes, quienes alegan ser tratos de manera poco cordial y en ocasiones grosera por parte de los colaboradores del almacén.

Cabe destacar que estos inconvenientes involucran no solo a los vendedores del almacén, las quejas presentadas por los clientes han sido múltiples, en cuanto a la atención que brindan al momento de realizar una compra, realizar una consulta incluso en la gestión de cobranza que realizan los colaboradores puesto que acuden a realizar el cobro de manera agresiva sin considerar quien esté recibiendo el mensaje, es decir muchas no les importa si la persona que los atiende no es el acreedor de la deuda.

Los vendedores de esta sucursal no han sabido satisfacer las necesidades que presentan algunos clientes, al momento que este presenta algún inconveniente, los vendedores no brindan el servicio adecuado de atención, esto ocasiona que esos inconvenientes que presenta el cliente aumenten, al tratarse de una compra en ocasiones se realiza un mal registro de la información suministrada por el cliente, esto no solo ocasiona problemas para él, sino también para el almacén, pese a esto los inconvenientes que presente algún cliente o posible cliente del almacén pasa por desapercibida.

Para realizar devoluciones o cambios de mercancía se debe presentar una serie de documentos para proceder a realizar esta actividad, sin embargo cuando los clientes cumplen con todos los requisitos establecidos por el almacén, estos tardan mucho en realizar la revisión y en ocasiones presentan obstáculos al cliente para que este pueda efectuar el cambio de mercancía. Además de esto la empresa cuenta con un portal en donde también se pueden realizar compras online y suministra una serie de números telefónicos de acuerdo a cada sucursal con la que cuenta, al momento de llamar a los

números telefónicos de la sucursal de Babahoyo, estos tardan en atender la llamada y cuando lo hacen dejan a los clientes en espera y no los atienden rápidamente, generando inconformidad y molestia para ellos.

Otra de las quejas por parte de los clientes respecto a la atención de los colaboradores es acerca la gestión de cobranzas, en varios ocasiones se han realizado pagos con tarjetas de crédito en donde se han obtenido dos vouchers de los cuales ninguno es anulado, este inconveniente se han presentado en varias ocasiones a diferentes clientes y la persona encargada de realizar este tipo de cobros es una sola, lo que indica que pese a los errores cometidos anteriormente este colaborador de la sucursal no ha tomado medidas correctivas en su labor para evitar inconvenientes para los clientes y los superiores al parecer tampoco lo han hecho, de ser así luego de la primera queja por este tipo de inconveniente se hubiera indagado cuales fueron los errores que cometió esta persona y corregirlos inmediatamente.

Según expresa (Chiavenato, 2014) “Menciona no sabía cómo organizar un servicio el cual debe estar al cien por ciento orientado al cliente externo e interno”. Créditos Económicos no cuenta con personal diversificado para realizar las funciones, esta recarga las actividades mayormente requeridas sobre una sola persona, la cual no abastece a atender a todos los clientes, al menos en un tiempo prudente.

Uno de los clientes a quienes le sucedió esto, se percató del inconveniente después de un mes de haber realizado su compra, al revisar el estado de cuenta notó que

habían dos transacciones para el Almacén por valores distintos, de forma inmediata acudió a realizar su respectivo reclamo, el trabajador que le atendió y la administradora del local no le dieron ninguna solución al inconveniente alegando que el problema no era de ellos, sino del Banco.

. “Las relaciones laborales son una lucha constante con la evolución del mundo empresarial moderno” (Detlev Kohler & Martín Artiles, 2013), las relaciones laborales poco favorables es otro de los inconvenientes que se presentan en esta sucursal, se ha creado un ambiente de competitividad que es poco satisfactorio y ha repercutido en la atención al cliente, ya que por querer alcanzar la meta establecida y además las comisiones que corresponde a cada vendedor por las ventas que realiza se ha diluido el compañerismo y los beneficios que esto traía para la sucursal, cuando un cliente se presenta a realizar una compra los empleados de esta sucursal en ocasiones se pelean por el cliente, esto causa que el cliente se sienta incómodo y se retire de las instalaciones sin realizar su compra. Esta afectación a su vez representa un impedimento en el mediano y largo plazo para alcanzar la visión empresarial definida, afectando principalmente la confianza que pretenden ganar con sus clientes.

Debido a lo antes mencionado la atención que se brinda en esta sucursal de Créditos Económicos, ha llamado a atención de los superiores de esta cadena de Almacenes, fijando su mira en el almacén de Babahoyo, este decaimiento se le atribuye a los encargados de dirigir esta sucursal, el personal con el que cuenta no está debidamente capacitado para brindar una buena atención a los clientes, cabe resaltar que los clientes no son todos del mismo tipo, existen clientes amables y tranquilos, también

aquellos que son impacientes y en ocasiones ofensivos, el tipo de clientes con los que se han presentado inconvenientes son aquellos orgullosos, soberbios, quienes menosprecian la opinión y sugerencias de otras personas, en lo que se refiere a este tipo de clientes y a los impacientes, los vendedores o cobradores no han logrado desempeñarse bien ya que ambas partes se alteran y no llegan a un consenso de la situación, es por ello que se ha constatado la poca capacitación con la que cuentan los colaboradores de dicha sucursal.

En lo que se refiere al proceso de buena atención al cliente y representación que se dé, la gerencia de la cadena de almacenes Créditos Económicos, debe organizar su equipo de manera óptima y eficiente. El diseño, revisión y evaluación de valores corporativos debería tener una mayor valoración. Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) la evaluación de desempeño se realiza bajo varios parámetros de acuerdo a la finalidad de la empresa y cargo que ocupa en la misma que definen valoración en atributo de desempeño, fiabilidad, respuesta, agilidad, costos, gestión de activos, indicadores, volumen de venta, cadena de suministro, entre otros parámetros importantes para medir el trabajo del personal si se encuentran en la capacidad de brindar un excelente servicio al cliente de su corporación.

El personal de la sucursal de Babahoyo no se siente motivado a brindar una buena atención o simplemente no sabe cómo hacerlo por esto se ha visto decaimiento en las ventas y poca concurrencia de clientes por las instalaciones de la sucursal. Según (Mendez, 2013) “La motivación es el impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades”. La falta de motivación de los colaboradores también se le atribuye a la

mala distribución de los días libres en la jornada laboral de los vendedores, por ende, esto genera descontento ya que no asignan días atractivos para el personal de ventas.

En él (Trabajo, 2015) se establecen las jornadas de trabajo que está obligado a cumplir el trabajador en general según el cargo y tipo de contrato acordado por las partes, así como jornada laboral, compensación por horas extras, descanso obligatorio, días festivos o feriados. Mientras que (Juarez Hernandez, 2014) Afirma que la administración depende de la compensación, sueldos, salarios, incentivos y prestaciones, indica que “Los planes de incentivos incorporan varios factores que los hacen atractivos tanto desde el punto de vista de la empresa como el de los empleados, e incluso desde unas perspectivas mutuas”.

El supervisor de ventas no realizar de manera correcta el seguimiento de los vendedores, si realizan adecuadamente o no su labor. Según (León Valbuena, 2013) “El trabajo realizado por la fuerza de ventas, la atención que se le da al cliente debe ser monitoreada, medida y evaluada, ya que esta se desarrolla directamente con la rentabilidad de la compañía”. Además (Chiavenato, 2014) “Establece que la calidad de los funcionarios de una organización, sus conocimientos y habilidades, su entusiasmo y satisfacción en sus cargos, y su iniciativa para generar riqueza repercuten con fuerza en la productividad, el nivel de servicio al cliente, la reputación y la competitividad de la organización”.

El trabajo del supervisor de ventas no se ve reflejado en las actividades que realizan los vendedores debido a que este no ejerce sus funciones como debería, los vendedores actúan de acuerdo a sus instintos sin considerar reglamentos ni políticas establecidas por el almacén para atender al cliente, notan cansancio y malas actitudes delante de los clientes, lo cual los desmotiva para realizar su compra, según (Vertice, 2014), “Menciona que un servicio al cliente inicia con el primer contacto que se establece cara a cara con ellos durante su visita al establecimiento que desea comprar, con la finalidad de llevar a cabo acciones para poder determinar sus necesidades, definir un mensaje claro que le permita captar al cliente”. Con el apoyo de una supervisión, los vendedores se apegarían más a lo establecido por las normas y políticas establecidas de atención al cliente de la empresa, dando un mayor esfuerzo por lograr realizar una venta y satisfacer a los clientes o en caso de cometer algún error, este pueda ser corregido después por el supervisor.

Según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los clientes de Créditos Económicos se pudo observar que la mayoría de ellos califica la atención recibida como regular, fueron pocos los clientes que calificaron la atención como excelente, por el motivo antes mencionado los clientes muchas veces acuden a quejarse con los miembros superiores de la empresa. Los clientes además consideran que los administradores a cargo de los locales comerciales no realizan lo necesario para mejorar la atención al cliente. Por otra parte el administrador de Créditos Económicos sucursal Babahoyo considera que la atención al cliente debe ser de calidad ya que de esto depende la acogida que tenga la empresa, sin embargo la atención al cliente que brindan los colaboradores de la sucursal de Babahoyo no cumple con las expectativas del

administrador ya que ha recibido quejas por parte de los clientes por mala atención, en donde implica el comportamiento que presentan los colaboradores y la poca información que brindan al cliente.

## CONCLUSIONES

La imagen empresarial de Créditos Económicos se ve perjudicada por los recurrentes errores que cometen los colaboradores, la mala comunicación que existe entre los empleados y miembros superiores de la sucursal impiden que se resuelvan problemas con los clientes, causando insatisfacción y mala imagen a vista de los clientes.

El clima laboral no es el adecuado e impide que se desarrollen las actividades normalmente, repercutiendo en los servicios que brinda esta sucursal y en sus ventas. No se está desarrollando una buena supervisión por parte de los encargados del almacén, para poder evaluar la atención que brindan los colaboradores de la sucursal Créditos Económicos de la ciudad de Babahoyo.

La sucursal Babahoyo de Créditos Económicos necesita estar sujeta a un mayor control y cambios en su gestión administrativa para de esta forma mejorar su calidad de atención a clientes, basándose en las políticas establecidas por la empresa y así lograr satisfacer las necesidades que presentan constantemente los clientes, capacitando a los colaboradores de manera adecuada y preparándolos para resolver diferentes inconvenientes que se puedan presentar.

## BIBLIOGRAFÍA

Alet, J. (2011). *Marketing directo e interactivo*. Madrid: ESIC.

Blanco, C., & Lobato, F. (2011). *Comunicacion empresarial y atencion al cliente*.  
Macmillan.

Bordas Martinez, M. (2016). *Gestion estrategica del clima laboral*. Madrid: Digital.

Chiavenato, I. (2014). *Introduccion a la teoria general de la Administracion* .  
McGrawHill.

Créditos Económicos. (2016). *QUIÉNES SOMOS*. Recuperado el 28 de Octubre de 2016,  
de <https://www.creditoseconomicos.com/quienes-somos>

De Castro, A. (2014). *Comunicacion Organizacional* . Bogota: ECOE.

Detlev Kohler, H., & Martín Artiles, A. (2013). *Manual de sociologia del trabajo y las relaciones laborales*. Madrid: Delta.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.

Juarez Hernandez, O. (2014). *Administracion de la compensacion, sueldos, salarios, incentivos y prestaciones*. Mexico: Patria.

León Valbuena, N. (2013). Fuerza de ventas . *Revista de Ciencias Sociales*, 381.

Martinez, M. P. (2014). *Atención al cliente*. Madrid: Paraninfo.

Mendez, A. (04 de 07 de 2013). *Motivacion segun autores*. Obtenido de  
<https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-segun-autores>

Perez Torres, V. (2013). *Calidad total en la atención al cliente*. España: IdeasPropias.

Pérez, H., López , L., Pérez, J., & Caballero, C. (2012). *Comunicación y Atención al Cliente*.

Punteros, C. (07 de 06 de 2017). *4 formas de mejorar la experiencia del cliente utilizando un software de atención al cliente*. Obtenido de <http://www.redk.net/4-formas-de-mejorar-la-experiencia-del-cliente-utilizando-un-software-de-atencion-al-cliente/>

Trabajo, C. d. (2015). Obtenido de <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>

Vertice, E. (2014). *Atención al cliente: calidad en los servicios funerarios*. España: Vertice.

**A N E X O S**



**ANEXO 1: ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE CREDITOS  
ECONOMICOS**

- 1. ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente es un factor determinante del éxito de una empresa?**

---

---

---

- 2. ¿Cómo califica la atención brindada por los trabajadores del almacén?**

---

---

---

- 3. ¿Cree usted que los trabajadores necesitan mayor capacitación en atención a clientes y ventas?**

---

---

---

- 4. ¿Alguna vez ha recibido quejas por parte de los clientes referente a la atención que brindan los trabajadores?**

---

---

---

- 5. ¿Qué estrategias aplicaría usted para llevar a la empresa a la consecución de los objetivos?**

---

---

---



**ANEXO 2: ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES DE CREDITOS  
ECONOMICOS**

**1. ¿Cómo califica la atención recibida por los trabajadores Créditos  
Económicos?**

Excelente

Bueno

Regular

Malo

**2. ¿Alguna vez ha presentado una queja por mala atención recibida en este  
almacén?**

Si

No

Prefiere no hacerlo

**3. Luego de cotizar ¿Está usted dispuesto a regresar para realizar la compra?**

Si

No

**4. ¿Considera que los administradores pueden mejorar la Gestión de atención al  
cliente?**

Si

No